

---

## DAMPAK SOSIAL FENOMENA AI-GENERATED CONTENT TERHADAP IDENTITAS DAN INTERAKSI GENERASI Z

Arti Wahyu Puspaningtyas<sup>1</sup>, Desy Safitri<sup>2</sup>, Sujarwo<sup>3</sup>  
(<sup>1,2,3</sup>)Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

<sup>1</sup>Email Korespondensi [artiwahyupuspaningtyas@gmail.com](mailto:artiwahyupuspaningtyas@gmail.com)

---

Diterima: 13-02-2026 Direvisi : 13-03-2026 Disetujui : 13-04-2026 Diterbitkan : 13-04-2026

---

### *Abstract*

*The development of Artificial Intelligence (AI) has led to the emergence of AI-generated content (AIGC), which increasingly dominates digital spaces and transforms how information is produced and consumed. This phenomenon brings significant social implications, particularly in shaping digital identity and social interaction patterns among Generation Z, who grow up within a highly digital ecosystem. This study aims to analyze the social impact of AIGC on Generation Z's identity and social interactions in digital environments. A qualitative approach was employed using a Systematic Literature Review (SLR) method, analyzing 20 scholarly articles from various academic databases. The data were analyzed using thematic analysis following the PRISMA framework to ensure the validity and relevance of the selected literature. The findings reveal that AIGC contributes to the construction of a more dynamic yet fragmented digital identity among Generation Z, accompanied by an emerging authenticity crisis due to the blurred boundaries between human-generated and AI-generated content. In addition, AIGC transforms social interaction patterns into faster and technology-mediated communication, but tends to reduce the depth and quality of social relationships, particularly in terms of trust and emotional connection. In conclusion, AIGC has an ambivalent impact, simultaneously enhancing creativity and communication efficiency while also generating significant social challenges related to authenticity and the quality of social interaction.*

**Keywords:** *AI-generated content, Generation Z digital identity, social interaction, Systematic Literature Review*

### **Abstrak**

Perkembangan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) telah memunculkan fenomena *AI-generated content* (AIGC) yang semakin mendominasi ruang digital dan mengubah cara informasi diproduksi serta dikonsumsi. Fenomena ini menimbulkan implikasi sosial yang signifikan, khususnya dalam pembentukan identitas digital dan pola interaksi sosial Generasi Z yang tumbuh dalam ekosistem digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak sosial AIGC terhadap identitas dan interaksi Generasi Z di ruang digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *Systematic Literature Review* (SLR) terhadap 20 artikel ilmiah dari berbagai database akademik. Data dianalisis menggunakan teknik analisis tematik dengan mengikuti alur PRISMA untuk memastikan validitas dan relevansi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa AIGC berkontribusi terhadap pembentukan identitas digital Generasi Z yang lebih dinamis

---

namun cenderung terfragmentasi, serta memunculkan krisis autentisitas akibat kaburnya batas antara konten yang dihasilkan manusia dan AI. Selain itu, AIGC mengubah pola interaksi sosial menjadi lebih cepat dan berbasis teknologi, namun cenderung menurunkan kualitas relasi sosial, terutama dalam aspek kepercayaan dan kedalaman interaksi. Kesimpulannya, AIGC memiliki dampak yang bersifat ambivalen, yaitu di satu sisi meningkatkan kreativitas dan efisiensi komunikasi digital, tetapi di sisi lain menimbulkan tantangan sosial terkait autentisitas dan kualitas interaksi sosial Generasi Z.

**Kata Kunci:** AI-generated content, Generasi Z, identitas digital, interaksi sosial, Systematic Literature Review

## **Pendahuluan**

Perkembangan teknologi kecerdasan buatan (artificial intelligence / AI) dalam beberapa tahun terakhir telah mendorong munculnya fenomena AI-generated content (AIGC), yaitu konten digital yang dihasilkan secara otomatis oleh sistem berbasis AI dalam bentuk teks, gambar, maupun video. AIGC kini semakin banyak digunakan dalam berbagai platform digital dan menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari pengguna internet, khususnya Generasi Z. Kehadiran teknologi ini tidak hanya mengubah cara konten diproduksi, tetapi juga memengaruhi cara informasi dipahami dan dimaknai dalam kehidupan sosial digital. Dalam konteks ini, AIGC tidak lagi sekadar berfungsi sebagai alat bantu, melainkan sebagai elemen yang turut membentuk pengalaman sosial pengguna di ruang digital (Foo dkk., 2025).

Seiring dengan meningkatnya penggunaan AIGC, muncul berbagai persoalan yang berkaitan dengan dampak sosial teknologi tersebut, terutama dalam pembentukan identitas dan interaksi sosial. Kemampuan AI dalam menghasilkan konten yang menyerupai manusia menyebabkan batas antara realitas dan rekayasa digital menjadi semakin kabur. Kondisi ini menimbulkan tantangan dalam memahami keaslian informasi serta kredibilitas konten yang dikonsumsi. Penelitian menunjukkan bahwa konten berbasis AI dapat mengandung bias representasi yang memengaruhi cara pengguna memahami realitas sosial (Alon dkk., 2026). Selain itu, perkembangan teknologi ini juga turut menggeser konsep autentisitas dalam ruang digital, di mana identitas yang ditampilkan tidak selalu mencerminkan kondisi nyata individu (Salas Espasa & Camacho, 2025).

---

Dalam konteks Generasi Z, fenomena ini menjadi semakin relevan untuk dikaji. Generasi Z merupakan kelompok yang tumbuh dalam lingkungan digital dan memiliki tingkat keterlibatan yang tinggi dengan media sosial serta teknologi berbasis AI. Mereka tidak hanya berperan sebagai konsumen, tetapi juga sebagai produsen konten digital yang aktif. Hal ini menjadikan Generasi Z sebagai kelompok yang paling terdampak oleh perkembangan AIGC. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memiliki keterkaitan erat dengan pembentukan identitas digital individu (Avci dkk., 2025). Di sisi lain, interaksi digital yang intens juga berpengaruh terhadap dinamika sosial dan psikologis pengguna, termasuk dalam membentuk pola komunikasi dan hubungan sosial (Jebet Bartonjo dkk., 2025). Dengan demikian, kehadiran AIGC berpotensi memperkuat sekaligus mengubah cara Generasi Z membangun identitas dan berinteraksi di ruang digital.

Meskipun kajian mengenai AI dan identitas digital telah berkembang, sebagian besar penelitian masih membahas kedua aspek tersebut secara terpisah atau dalam konteks yang terbatas. Beberapa penelitian lebih berfokus pada dampak AIGC terhadap persepsi pengguna terhadap informasi digital (Nizar dkk., 2026), sementara penelitian lain mengkaji pengaruh AI terhadap perilaku pengguna dalam konteks tertentu, seperti konsumsi digital atau komunikasi media sosial (Rodriguez-Sanchez dkk., 2025). Selain itu, terdapat pula penelitian yang menyoroti peran komunikasi digital dalam pembentukan identitas sosial Generasi Z (Costantinus Sahanaya, 2025). Namun demikian, kajian yang secara spesifik mengintegrasikan dampak AIGC terhadap identitas dan interaksi sosial Generasi Z secara simultan masih relatif terbatas.

Keterbatasan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian yang penting untuk diisi. Dalam konteks ini, artikel ini memposisikan AIGC tidak hanya sebagai fenomena teknologi, tetapi sebagai faktor sosial yang memiliki implikasi langsung terhadap pembentukan identitas dan interaksi sosial Generasi Z. Dengan menghubungkan kedua aspek tersebut, penelitian ini berupaya memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana teknologi AI memengaruhi kehidupan sosial digital generasi muda. Pendekatan ini menjadi penting karena identitas dan interaksi sosial merupakan dua aspek yang saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan digital.

---

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak sosial fenomena AIGC terhadap identitas dan interaksi Generasi Z di ruang digital. Fokus utama penelitian ini adalah mengidentifikasi bagaimana AIGC memengaruhi konstruksi identitas digital serta bagaimana perubahan tersebut berdampak pada pola interaksi sosial. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian sosial terkait hubungan antara teknologi AI dan dinamika sosial Generasi Z.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Systematic Literature Review (SLR) untuk mengkaji secara sistematis berbagai literatur yang relevan dengan topik penelitian. Melalui pendekatan ini, penelitian tidak hanya mendeskripsikan fenomena, tetapi juga melakukan analisis terhadap temuan-temuan yang ada guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai dampak sosial AIGC dalam konteks identitas dan interaksi Generasi Z.

### **Metode**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan Systematic Literature Review (SLR) yang bertujuan untuk mengkaji secara sistematis dampak AI-generated content (AIGC) terhadap identitas dan interaksi sosial Generasi Z. Pendekatan ini digunakan untuk mengidentifikasi, mengelompokkan, dan menganalisis temuan dari berbagai penelitian yang relevan.

Sumber data dalam penelitian ini berupa data sekunder yang diperoleh dari artikel ilmiah. Penelusuran data dilakukan melalui database akademik seperti Google Scholar, ScienceDirect, dan jurnal nasional terakreditasi dengan menggunakan kata kunci “AI-generated content”, “generative AI”, “digital identity”, “social interaction”, dan “Generation Z”. Proses pencarian awal menghasilkan sejumlah artikel yang kemudian diseleksi berdasarkan kriteria inklusi, yaitu: artikel memiliki relevansi langsung dengan topik penelitian, tersedia dalam teks lengkap dan berasal dari sumber ilmiah yang kredibel. Berdasarkan proses seleksi tersebut, diperoleh 20 artikel ilmiah yang digunakan sebagai sumber utama dalam penelitian ini.

Instrumen penelitian adalah peneliti sebagai human instrument yang berperan dalam menentukan sumber data, melakukan seleksi, serta menginterpretasikan data yang diperoleh. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dengan cara

membaca, mencatat, dan mengklasifikasikan informasi penting dari setiap artikel yang dianalisis.

Teknik analisis data menggunakan analisis tematik (*thematic analysis*), yaitu dengan mengelompokkan temuan penelitian ke dalam tema-tema utama yang berkaitan dengan identitas digital dan interaksi sosial Generasi Z. Proses analisis dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menjaga validitas data, dilakukan pengecekan ulang terhadap sumber yang digunakan serta perbandingan temuan antar artikel guna memastikan konsistensi hasil analisis.

## **Hasil dan Pembahasan**

Berdasarkan hasil analisis yang dikaji melalui pendekatan *Systematic Literature Review (SLR)*, ditemukan bahwa fenomena *AI-generated content (AIGC)* memiliki implikasi sosial yang signifikan terhadap Generasi Z, khususnya dalam pembentukan identitas digital dan pola interaksi sosial di ruang digital. Temuan-temuan yang diperoleh menunjukkan bahwa *AIGC* tidak hanya memengaruhi aspek teknis dalam produksi konten, tetapi juga berperan dalam membentuk cara Generasi Z memahami, merepresentasikan diri, serta berinteraksi dengan orang lain. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa *AIGC* memengaruhi persepsi pengguna terhadap informasi digital (Nizar dkk., 2026), serta berdampak pada dinamika komunikasi dan interaksi sosial di media digital (Rahayu & Sudjradjat, 2025). Oleh karena itu, pembahasan dalam penelitian ini difokuskan pada dua aspek utama, yaitu dampak *AIGC* terhadap identitas digital dan interaksi sosial Generasi Z, yang disusun secara sistematis berdasarkan temuan-temuan yang diperoleh dari kajian literatur.

### **1. Dampak AIGC terhadap Lingkungan Digital Generasi Z**

#### **a. AIGC sebagai sumber konten sosial digital**

*AI-generated content (AIGC)* merupakan bentuk konten digital yang dihasilkan secara otomatis oleh sistem kecerdasan buatan dalam bentuk teks, gambar, maupun video. Dalam konteks Generasi Z, *AIGC* menjadi bagian dari konten yang mereka konsumsi dan produksi dalam aktivitas digital sehari-hari. *AIGC* juga berkembang dalam berbagai bentuk dan modalitas data yang semakin beragam dalam lingkungan digital (Foo dkk., 2025). Perkembangan ini menunjukkan bahwa *AIGC* tidak hanya berfungsi sebagai alat teknologi, tetapi juga sebagai sumber informasi sosial yang memengaruhi cara Generasi Z memahami realitas digital (Nizar dkk., 2026; Zeng, 2025).

### **1) Urgensi sosial AIGC**

Urgensi AIGC terletak pada kemampuannya menghasilkan konten yang menyerupai manusia sehingga sulit dibedakan dari konten asli. Hal ini berdampak langsung pada persepsi Generasi Z terhadap informasi digital, terutama dalam hal keaslian dan kepercayaan (Alon dkk., 2026).

## **2. Dampak AIGC terhadap Identitas Digital Generasi Z**

### **a. Pembentukan identitas dalam ruang digital**

Identitas Generasi Z terbentuk melalui proses interaksi dengan konten digital yang terus-menerus. AIGC memperluas ruang representasi diri karena memungkinkan produksi konten yang cepat dan variatif. Media sosial menjadi ruang utama dalam pembentukan identitas digital yang bersifat dinamis dan terus berubah (Costantinus Sahanaya, 2025; Pramudya, 2025). Selain itu, konsistensi identitas dalam konten digital juga dipengaruhi oleh penggunaan AI dalam produksi konten (Komara & Juhana, 2025).

#### **1) Identitas sebagai hasil interaksi manusia dan AI**

Dalam konteks AIGC, identitas tidak lagi sepenuhnya dibentuk oleh individu, tetapi juga oleh sistem AI yang memproduksi dan merekomendasikan konten. Hal ini menunjukkan bahwa identitas Generasi Z merupakan hasil interaksi antara manusia dan teknologi digital (Cheung, 2026). Paparan algoritma juga turut membentuk praktik pembentukan identitas (*identity work*) dalam ruang digital Generasi Z (Yazid, 2026).

#### **a) Krisis autentisitas identitas digital**

AIGC menyebabkan kaburnya batas antara ekspresi asli dan konten buatan AI. Kondisi ini menimbulkan krisis autentisitas dalam identitas digital, karena representasi diri tidak selalu mencerminkan kondisi nyata individu (Salas Espasa & Camacho, 2025).

## **3. Dampak AIGC terhadap Interaksi Sosial Generasi Z**

### **a. Perubahan pola interaksi digital**

AIGC mengubah pola interaksi Generasi Z menjadi lebih cepat, instan, dan berbasis konten digital. Interaksi tidak hanya terjadi antar manusia, tetapi juga dimediasi oleh konten yang dihasilkan AI. Hal ini memengaruhi cara Generasi Z berkomunikasi dalam ruang digital (Rahayu & Sudjradjat, 2025). Interaksi sosial

berbasis teknologi juga berkembang dalam bentuk interaksi virtual yang lebih kompleks dan terstruktur dalam lingkungan digital (Xie dkk., 2026).

### **1) Penurunan kedalaman interaksi**

Meskipun frekuensi interaksi meningkat, kedalaman relasi sosial cenderung menurun. Interaksi menjadi lebih singkat dan berbasis konsumsi konten, bukan komunikasi emosional yang mendalam.

#### **a) Dampak terhadap kepercayaan sosial**

AIGC menimbulkan ketidakpastian dalam membedakan konten asli dan buatan AI, sehingga memengaruhi tingkat kepercayaan dalam interaksi digital (Louie & Ramos, t.t.; Rodriguez-Sanchez dkk., 2025).

## **4. Dampak Sosial Inti AIGC pada Generasi Z**

### **a. Sintesis dampak sosial**

Secara spesifik, dampak sosial AIGC pada Generasi Z dapat diringkas dalam dua aspek utama, yaitu perubahan identitas digital dan transformasi interaksi sosial. Identitas menjadi lebih fleksibel namun rentan terhadap kehilangan autentisitas, sedangkan interaksi menjadi lebih cepat namun cenderung dangkal secara emosional. Selain itu, AIGC juga memengaruhi perilaku digital Generasi Z, termasuk dalam pengambilan keputusan dan konsumsi informasi (Putri & Milad, 2025; Ridwan dkk., 2025).

#### **1) Ambivalensi dampak AIGC**

AIGC memiliki dampak ambivalen karena di satu sisi meningkatkan efisiensi komunikasi digital, tetapi di sisi lain menurunkan kualitas relasi sosial dan memperkuat ketidakpastian informasi dalam interaksi sehari-hari (Holzner dkk., 2025; Nizar dkk., 2026). Dampak AIGC juga dapat dilihat dalam dinamika sosial yang lebih luas, seperti pembentukan opini publik melalui konten digital (Polyzos dkk., 2023).

## **Kesimpulan**

Penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena AI-generated content (AIGC) berdampak signifikan terhadap pembentukan identitas dan pola interaksi sosial Generasi Z di ruang digital. Dalam aspek identitas, AIGC berperan dalam mengonstruksi identitas digital yang semakin dinamis dan terfragmentasi, di mana batas antara ekspresi autentik dan hasil rekayasa teknologi menjadi semakin kabur sehingga memunculkan

tantangan terhadap autentisitas diri. Sementara itu, dalam aspek interaksi sosial, AIGC memengaruhi pola komunikasi Generasi Z menjadi lebih cepat dan berbasis teknologi, namun tidak selalu diikuti oleh peningkatan kualitas relasi sosial, khususnya dalam hal kepercayaan dan kedalaman interaksi.

Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa AIGC memiliki dampak yang bersifat ambivalen terhadap Generasi Z, yakni di satu sisi mendukung efisiensi dan kreativitas dalam komunikasi digital, tetapi di sisi lain menimbulkan tantangan sosial berupa krisis autentisitas dan penurunan kualitas interaksi sosial. Dengan demikian, diperlukan penguatan literasi digital kritis agar Generasi Z mampu menavigasi perkembangan teknologi AI secara lebih bijak dalam kehidupan sosial digital.

## Daftar Pustaka

- Alon, L., Hadar Shoval, D., & Levkovich, I. (2026). Bias and representation in AI generated text-to-image in education: A systematic review. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 10. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2026.100587>
- Avcı, H., Baams, L., & Kretschmer, T. (2025). A Systematic Review of Social Media Use and Adolescent Identity Development. *Adolescent Research Review*, 10(2), 219–236. <https://doi.org/10.1007/s40894-024-00251-1>
- Cheung, K. K. C. (2026). Science Identity and AI Chatbots: A Systematic Review of Empirical Studies in Science Education. Dalam *Journal of Science Education and Technology*. Springer Science and Business Media B.V. <https://doi.org/10.1007/s10956-026-10295-8>
- Costantinus Sahanaya. (2025). Kontruksi Identitas Sosial melalui Komunikasi di Media Digital: Studi Litelatur tentang Pembentukan Self-Presentation pada Generasi Z. *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 8(9), 11293–11300.
- Foo, L. G., Rahmani, H., & Liu, J. (2025). *AI-Generated Content (AIGC) for Various Data Modalities: A Survey*. <http://arxiv.org/abs/2308.14177>
- Holzner, N., Maier, S., & Feuerriegel, S. (2025). *Generative AI and Creativity: A Systematic Literature Review and Meta-Analysis*. <http://arxiv.org/abs/2505.17241>
- Jebet Bartonjo, I., Muasya, G., Mueni Mulinge, A., Wamuhu Kinyuru, J., Mwendu Murathi, E., Wayua Mutunga, Z., Paul, S., & Brill, G. (2025). The Impact of Social Media on Identity and Mental Health among Generation Z Students: A systematic Review of Literature. Dalam *African Multidisciplinary Journal of Research (AMJR) Special Issue II* (Vol. 2025).
- Joanna Ciendy Inasa Putri, & Mohammad Khusnu Milad. (2025). Systematic Literature Review: Transformation of Consumer Behavior in E- Commerce Regarding the Impact of AI Personalization, Privacy Concerns, and Brand Loyalty on Generation Z. *Jurnal Ilmiah Ekonomika & Sains*, 6(2), 58–74. <https://doi.org/10.54066/jies.v6i2.719>
- Komara, I., & Juhana, A. (2025). Journal of Mechatronics and Artificial Intelligence The Effect of AI-Generated Content on Brand Identity Consistency in Social Media: A Systematic Literature Review. *Journal of Mechatronics and Artificial Intelligence*, 31(1), 31–44. <http://ejournal.upi.edu/index.php/jmai/>
- Louie, M., & Ramos, F. (t.t.). *Is it Cake or is it AI? A Systematic Review of Human Uncertainty in Distinguishing Generative Artificial Intelligence Content*.
- Nizar, M. A. R., Hasan, Z. I., & Rafiah, K. K. (2026). The Effects of AI-Generated Content on Consumer Perceptions: A Structured Review and Conceptual Model. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 5(1), 2800–2807. <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.6189>
- Polyzos, E., Fotiadis, A., & Huan, T. C. (2023). From Heroes to Scoundrels: Exploring the effects of online campaigns celebrating frontline workers on COVID-19 outcomes. *Technology in Society*, 72. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2023.102198>
- Pramudya, K. (2025). Media Sosial X dalam Membentuk Identitas Sosial Digital Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa*, 3(2), 178–183. <https://doi.org/10.61722/jipm.v3i2.807>
- Rahayu, N. A., & Sudjradjat, R. H. (2025). The Influence Of Non-AI And AI-Generated Tiktok True Story Content On Generation Z's Perceptions (A Study On Elaboration Likelihood Theory). *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*, 10(1), 821–846. <https://doi.org/10.18326/inject.v10i1.4504>

- Ridwan, N. H., Musa, C. I., & Haeruddin, M. I. M. (2025). Decision-making behavior of generation Z in online purchases: A systematic literature review. *Multidisciplinary Reviews*, 8(12), 2025384. <https://doi.org/10.31893/multirev.2025384>
- Rodriguez-Sanchez, C., Sancho-Esper, F. M., Casalo, L. V., & López, M. (2025). Generative AI as a source of information on environmental Problems: Understanding its influence on Generation Z. *Technology in Society*, 83. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2025.103036>
- Salas Espasa, D., & Camacho, M. (2025). From aura to semi-aura: reframing authenticity in AI-generated art—a systematic literature review. Dalam *AI and Society* (Vol. 40, Nomor 8, hlm. 6727–6759). Springer Science and Business Media Deutschland GmbH. <https://doi.org/10.1007/s00146-025-02361-3>
- Xie, B., Shiratuddin, M. F., Hamadi, M., Park, J. Y., & Duong, T.-T. (2026). Designing Gamified Social Interaction for Gen Z in the Metaverse: A Framework-Oriented Systematic Literature Review. *Journal of Metaverse*, (6), 57–70. <https://doi.org/10.57019/jmv.1736387>
- Yazid, M. H. (2026). Algorithmic exposure and identity work among Indonesia's generation z creators: reframing work culture in the platform economy. *Priviet Social Sciences Journal*, 6(3), 138–151. <https://doi.org/10.55942/pssj.v6i3.926>
- Zeng, H. (2025). Research on the Dissemination Effect of AIGC-Generated Content on New Media Platforms—Taking Gen Z as an Example. *International Journal of Asian Social Science Research*, 2(4), 24–29. <https://doi.org/10.70267/ijassr.2502043.2429>