

Sustainability of Identity and Trust in Local News Media Based on Artificial Intelligence: A Case Study of tvOne.ai

Identity Sustainability and Trust in AI-Based Local News Media: A Case Study of tvOne.ai

Ignasius Liliek Senaharjanta¹⁾, Cosmas Gatot Haryono²⁾, Immanuel Deny Krisna Aji³⁾

¹⁾Dosen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis Media, Universitas Ciputra

²⁾Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis Media, Universitas Ciputra

³⁾Dosen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis Media, Universitas Ciputra

Abstrak

Di tengah disrupsi digital dan tekanan ekonomi yang semakin kuat, stasiun televisi lokal menghadapi tantangan besar dalam menjaga keberlanjutan operasional dan relevansi kontennya. Otomatisasi dalam proses produksi, terutama melalui penggunaan teknologi kecerdasan buatan (AI), menawarkan peluang untuk efisiensi biaya dan produksi konten yang dipercepat. Namun di sisi lain, pendekatan ini juga menimbulkan kekhawatiran tentang hilangnya sentuhan lokal, nilai-nilai budaya, dan identitas yang selama ini menjadi kekuatan utama TV lokal sebagai media komunitas.

Studi ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana stasiun televisi – dengan studi kasus pada acara tvOne.ai – menanggapi tren otomatisasi dalam proses produksi program. Penelitian ini akan mengeksplorasi dua sisi otomatisasi: sebagai solusi efisiensi di tengah keterbatasan sumber daya, dan sebagai ancaman terhadap keberlanjutan nilai-nilai lokal dan kualitas jurnalisme. Fokus utamanya adalah mengidentifikasi strategi adaptasi yang dilakukan oleh tim produksi, perubahan model kerja, dan persepsi audiens terhadap konten yang dihasilkan oleh otomatisasi.

Secara teoritis, penelitian ini akan menggunakan pendekatan Ekologi Media Neil Postman untuk melihat bagaimana teknologi membentuk hubungan antara media dan lingkungan sosial-budaya lokal. Metodologi yang digunakan adalah pendekatan kualitatif untuk studi kasus, dengan teknik wawancara mendalam dengan produser, editor, dan manajer teknis tvOne.ai, serta analisis konten program yang menjalani otomatisasi produksi. Hasil penelitian mengarah pada pemahaman transformasi sistem produksi media lokal, khususnya televisi di era teknologi tinggi, serta menawarkan peta jalan keberlanjutan yang menjaga efisiensi tanpa kehilangan identitas lokalnya.

Kata kunci: Kemampuan Media, Ekologi Media, TV Lokal, AI, tvOne.ai

Abstract

In the midst of digital disruption and increasingly intense economic pressure, local television stations face major challenges in maintaining operational sustainability and the relevance of their content. Automation in the production process, especially through the use of artificial intelligence (AI) technology, offers opportunities for cost efficiency and accelerated content production. But on the other hand, this approach also raises concerns about the loss of local touch, cultural values, and identity that have been the main strength of local TV as a community media.

This study aims to analyze how television stations – with case studies on tvOne.ai shows – respond to automation trends in the program production process. This research will explore two sides of automation: as an efficiency solution in the midst of limited resources, and as a threat to the sustainability of local values and the quality of journalism. The main focus is to identify adaptation strategies carried out by the production team, changes in work models, and audience perception of the content produced by automation.

Theoretically, this research will use Neil Postman's Media Ecology approach to examine how technology shapes the relationship between media and the local socio-cultural environment. The methodology used is a qualitative approach for case studies, with in-depth interviews with producers, editors, and technical managers of tvOne.ai, as well as content analysis of programs undergoing production automation. The research results lead to an

understanding of the transformation of local media production systems, particularly television, in the high-tech era, and offer a sustainability roadmap that maintains efficiency without losing its local identity.

Keywords: Media Sustainability, Media Ecology, LocalTV, AI, tvOne.ai

*Korespondensi Penulis: Ignasius Liliek Senaharjanta
E-mail: ignatiusliliekg@gmail.com

Pendahuluan

Dalam era disrupsi digital, lanskap industri media mengalami transformasi yang begitu cepat dan kompleks. Kehadiran teknologi digital tidak hanya mengubah cara masyarakat mengonsumsi informasi, tetapi juga memengaruhi model bisnis, strategi produksi, dan pola distribusi konten di berbagai platform. Kondisi tersebut menciptakan tantangan besar bagi media, termasuk stasiun televisi, yang selama ini memiliki peranan penting sebagai sarana saluran informasi, hiburan, sekaligus pelestarian identitas budaya di masyarakat. Persaingan ketat dengan media daring, platform video on demand (VoD), serta media sosial menuntut stasiun televisi untuk terus beradaptasi agar tetap relevan (Napoli, 2019).

Selain itu, perubahan lanskap ekonomi yang terjadi terus menerus juga menjadi faktor lain yang memperumit keberlangsungan stasiun televisi. Penurunan pendapatan iklan, fragmentasi audiens, dan meningkatnya biaya operasional menuntut stasiun televisi untuk mencari strategi efisiensi baru (Picard, 2011). Terkait dengan hal tersebut, inovasi yang kerap dilakukan oleh berbagai platform media termasuk stasiun televisi adalah memperluas jangkauan dengan meluncurkan media berbasis website yang dikolaborasi dengan mengadopsi perkembangan teknologi terkini. Salah satu teknologi yang diadopsi tersebut adalah otomasi dari kecerdasan buatan atau Artificial Intelligence (AI) yang dimanfaatkan untuk mendukung efisiensi dalam proses memproduksi konten. Teknologi tersebut memungkinkan percepatan dalam proses penyuntingan, penyajian berita, hingga penjadwalan siaran dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan metode tradisional

yang dinilai kurang efisien dari segi waktu dan biaya. Dengan demikian, teknologi AI dianggap sebagai peluang strategis dalam meningkatkan daya saing stasiun televisi di tengah keterbatasan sumber daya.

Namun demikian, penerapan AI dalam produksi konten audio visual tidak lepas dari dilema. Efisiensi dan kecepatan yang ditawarkan sering kali berhadapan dengan kekhawatiran hilangnya sentuhan lokal dan nilai-nilai budaya yang menjadi karakteristik utama stasiun televisi. Stasiun televisi memiliki fungsi untuk menghadirkan representasi identitas komunitas serta menjadi medium dalam pelestarian budaya (Howley, 2005). Jika terlalu mengandalkan teknologi tanpa mempertimbangkan konteks sosial-budaya, inovasi yang dilakukan oleh media televisi berisiko kehilangan kedekatannya dengan masyarakat, yang selama ini merupakan basis utama loyalitas audiens.

Selain itu, dinamika komunikasi massa di era digital saat ini menunjukkan bahwa khalayak tidak lagi pasif, melainkan aktif dalam memilih, kritis, dan bahkan memproduksi konten layaknya media mainstream (Jenkins, 2006). Sehingga, dampak dinamika tersebut - menuntut stasiun televisi menjaga interaktivitas dan keterhubungan emosional dengan audiensnya. Jika aspek ini diabaikan, maka otomasi berbasis AI justru berpotensi menimbulkan jarak antara media dan masyarakat. Tantangan ini semakin signifikan ketika stasiun televisi harus berhadapan dengan platform global yang menawarkan konten serba instan namun tetap dikemas dengan strategi personalisasi yang canggih.

Berdasarkan pada hal tersebut jika ditinjau dari perspektif ekologi media, hubungan antara teknologi, produksi konten,

dan masyarakat perlu dipahami sebagai sistem yang saling memengaruhi satu sama lain (Postman, 2000). Teknologi AI bukan sekadar alat netral, melainkan alat yang dapat mengubah cara komunikasi berlangsung, bagaimana budaya direpresentasikan, dan bagaimana realitas sosial dipersepsi oleh khalayak. Dalam konteks ini berarti pemanfaatan AI harus dipandang secara kritis, apakah pemanfaatan teknologi tersebut mampu memperkuat peran televisi sebagai media komunitas, atau justru mengikis fungsi sosial-budayanya.

Latar belakang inilah yang menjadi landasan penelitian ini, yaitu menelaah bagaimana televisi menghadapi tantangan disrupsi digital melalui pemanfaatan otomasi berbasis AI, sekaligus bagaimana implikasinya terhadap keberlanjutan operasional, relevansi konten, dan pelestarian identitas budaya. Penelitian ini penting dilakukan karena keberadaan televisi bukan hanya berkaitan dengan kepentingan ekonomi media, melainkan juga menyangkut keberlanjutan ekosistem budaya. Dengan demikian, studi ini berupaya memberikan kontribusi teoretis maupun praktis mengenai strategi komunikasi media di tengah perubahan teknologi yang masif.

Lebih lanjut, dalam rangka untuk memahami lebih dalam mengenai relasi antara teknologi dan budaya dalam konteks media televisi, diharapkan penelitian ini dapat menawarkan perspektif baru bagi pengelola media, pembuat kebijakan, serta akademisi dalam merumuskan strategi yang seimbang antara efisiensi teknologi dan relevansi budaya. Dengan demikian, televisi tidak saja mampu bertahan di era disrupsi digital, tetapi juga tetap berperan sebagai media yang merepresentasikan identitas komunitas dan memperkuat kohesi sosial di tengah arus globalisasi.

Penelitian ini secara khusus berfokus pada bagaimana strategi stasiun televisi, dengan studi kasus pada program tvOne.ai, merespons tren otomasi dalam proses produksi program. Kasus tvOne.ai dipilih karena menjadi salah satu pionir dalam penerapan

teknologi kecerdasan buatan pada produksi konten audio visual di Indonesia, sehingga dapat memberikan gambaran nyata mengenai dinamika integrasi teknologi dengan praktik jurnalistik dan produksi konten. Fenomena ini penting ditelaah karena tidak hanya merepresentasikan inovasi dalam industri media, tetapi juga membuka ruang diskusi mengenai implikasi sosial, budaya, dan keberlanjutan profesionalisme jurnalistik di era digital.

Fokus utama penelitian ini adalah mengidentifikasi strategi adaptasi yang dilakukan oleh tim produksi televisi dalam merespons otomasi, perubahan model kerja yang terjadi akibat integrasi teknologi, serta persepsi audiens terhadap konten yang dihasilkan. Perspektif ini penting karena adaptasi bukan hanya persoalan teknis, tetapi juga menyangkut transformasi budaya organisasi media dan relasi dengan khalayak. Perubahan model kerja, misalnya, mencakup pergeseran peran jurnalis dan tenaga kreatif yang sebelumnya memegang kendali penuh terhadap proses produksi. Pada aspek tersebut saat ini peran jurnalis tersebut harus berbagi dengan peran algoritma dan sistem otomatis. Hal ini menimbulkan pertanyaan baru terkait identitas profesional jurnalis di era AI (Lewis et al., 2019). Selain itu, penelitian ini juga menekankan pada aspek persepsi audiens. Bagaimana khalayak memaknai konten yang dihasilkan oleh sistem otomatis merupakan pertanyaan kunci dalam menilai keberhasilan penerapan teknologi di televisi.

AI dan Perkembangan Teknologi Media

Perkembangan teknologi digital telah melahirkan perubahan fundamental dalam cara media beroperasi, berkomunikasi, dan berinteraksi dengan audiensnya. Dalam konteks industri televisi, penggunaan AI telah menciptakan sistem produksi baru yang lebih cepat dan efisien, tetapi sekaligus menimbulkan sejumlah pertanyaan mengenai nilai yang melekat pada praktik jurnalistik. Berdasarkan hal tersebut untuk memahami fenomena tersebut secara komprehensif, penelitian ini

menggunakan kerangka berpikir Media Ecology yang dikembangkan oleh Neil Postman (1970; 1985), dengan mengacu pada berbagai literatur yang relevan tentang hubungan antara teknologi, media, dan budaya.

Industri Media, Artificial Intelligence dan Ekologi Media

Neil Postman (1985) menyatakan pendapatnya bahwa setiap perkembangan teknologi komunikasi menciptakan dan membentuk lingkungan baru yang dapat membentuk cara berpikir, berperilaku, dan berinteraksi manusia. Menurut pandangan Media Ecology, media bukan sekadar alat penyampai pesan, tetapi sebuah ekosistem yang mengatur kehidupan sosial dan budaya. Berdasarkan pada hal tersebut maka perubahan teknologi akan selalu membawa konsekuensi ekologis terhadap masyarakat pengguna media. Sedangkan, Strate (2004) memperluas pandangan ini dengan menjelaskan bahwa Media Ecology mempelajari interaksi antara media, manusia, dan lingkungan sosial yang saling memengaruhi.

Dalam konteks televisi, penggunaan AI merupakan transformasi ekologis. AI digunakan bukan hanya sekadar alat bantu produksi, tetapi sebagai agen perubahan yang memodifikasi hubungan antara jurnalis, audiens, dan realitas. Hal tersebut sejalan dengan yang dikemukakan oleh McLuhan (1964), melalui “the medium is the message”, yang memiliki makna bahwa teknologi bukan hanya sarana, tetapi juga pembentuk struktur sosial baru. Maka dengan demikian, penggunaan AI pada televisi seperti tvOne.ai tidak hanya mengubah cara bagaimana berita diproduksi, melainkan juga cara publik memaknai kredibilitas, kehadiran, dan objektivitas dalam informasi.

Kecerdasan buatan (AI) telah menjadi salah satu elemen utama dalam transformasi industri media modern. Pavlik (2020) menyatakan bahwa AI dalam jurnalisme berfungsi untuk menciptakan konten, menyesuaikan berita dengan minat audiens, dan memprediksi tren. Dengan kata lain,

pemanfaatan AI merupakan alat strategis efisiensi dalam mempercepat proses produksi dan meningkatkan daya saing media. Selanjutnya, Montal dan Reich (2017) dalam perspektif yang lain menyoroti tentang dilema etis dan identitas profesional jurnalis ketika sebagian tugas mereka digantikan oleh mesin. Dalam konteks tvOne.ai, otomatisasi dimanfaatkan untuk mempercepat produksi berita, namun disisi yang lain juga menimbulkan kekhawatiran akan hilangnya “sentuhan manusia” yang mencerminkan empati dan konteks sosial. Thurman (2019) menunjukkan bahwa jurnalis profesional umumnya menerima AI sebagai mitra kerja yang efisien, tetapi tetap menolak gagasan bahwa algoritma sepenuhnya menggantikan intuisi jurnalistik.

Studi yang dilakukan oleh Lokot dan Diakopoulos (2016) menjelaskan bahwa pada dasarnya publik lebih mempercayai konten yang diproduksi dan menghadirkan manusia dibandingkan mesin. Hal tersebut terutama terjadi dalam isu-isu sensitif seperti bencana, konflik, atau krisis politik. Berdasarkan hal tersebut maka, integrasi AI dalam media harus diimbangi dengan keterlibatan manusia dalam tahap kurasi, penyuntingan, dan interpretasi.

Efisiensi Produksi dan Transformasi Organisasi Media

Adopsi penggunaan teknologi juga memiliki dampak pada perubahan struktur dan dinamika organisasi media. Flew (2019) menyatakan bahwa media di era digital dihadapkan pada dua tekanan utama: efisiensi ekonomi dan tanggung jawab sosial. Perusahaan media di era digitalisasi juga dituntut untuk menghasilkan lebih banyak konten dengan sumber daya yang terbatas, sementara disatu sisi juga tetap dituntut dalam mempertahankan integritas jurnalistik.

AI membantu mengatasi tekanan ekonomi tersebut dengan mempercepat proses editing, penulisan, dan distribusi berita. Carlson (2015) dalam perspektifnya menyatakan bahwa perubahan peran tersebut menuntut redefinisi peran jurnalis dari gatekeeper menjadi

sensemaker. Sensemaker sendiri merujuk pada peran jurnalis yang dapat menafsirkan data dan memberi konteks pada informasi yang dihasilkan mesin. Dengan demikian, peran jurnalis telah mengalami pergeseran dari penyampai berita menjadi penghubung antara teknologi dan makna. Dalam praktik penggunaan AI yang dilakukan di tvOne.ai, perubahan tersebut tampak ketika jurnalis berkolaborasi dengan sistem AI untuk menyusun naskah berita. AI menghasilkan kerangka, sedangkan manusia menambahkan konteks, bahasa lokal, dan nilai-nilai budaya agar berita tetap relevan dengan audiens Indonesia.

Identitas Lokal dan Nilai Budaya dalam Produksi Media

Media lokal tidak hanya memiliki fungsi sebagai sarana untuk menyampaikan informasi, tetapi juga memiliki fungsi sebagai penjaga identitas budaya. Schudson (2003) dalam pernyataannya menekankan bahwa jurnalisme turut memiliki peran dalam memelihara dan menjaga memori kolektif masyarakat. Dalam konteks penyelenggaraan media di Indonesia yang memiliki latar belakang masyarakatnya yang multikultural, penggunaan AI dalam media lokal menimbulkan paradoks. Hal tersebut dapat ditinjau dari sisi memberikan efisiensi dan sisi lain berisiko mengikis keunikan bahasa dan nilai lokal. tvOne.ai mengatasi hal ini dengan menerapkan prinsip kurasi manusia dengan memastikan naskah berita yang dihasilkan oleh AI tetap disunting agar sesuai dengan norma, bahasa, dan gaya komunikasi masyarakat Indonesia. Dengan demikian, terjadi bentuk baru dari hybrid journalism yang memadukan otomatisasi teknologi dan kecerdasan budaya manusia (Nugroho, 2023).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, karena fokusnya adalah memahami secara mendalam proses, konteks, dan makna

penggunaan AI dalam produksi berita televisi di tvOne.ai. Menurut Yin (2018), metode studi kasus sangat sesuai digunakan untuk menjawab pertanyaan “bagaimana” dan “mengapa” suatu fenomena terjadi dalam konteks kehidupan nyata.

Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian dilakukan di unit produksi tvOne.ai yang merupakan bagian dari jaringan TV One di Jakarta. Lokasi ini dipilih karena tvOne.ai merupakan salah satu media televisi pertama di Indonesia yang secara sistematis mengintegrasikan teknologi AI dalam proses produksi berita. Subjek penelitian terdiri atas produser eksekutif, editor, dan staf teknis yang berperan langsung dalam pengelolaan konten berbasis AI. Pemilihan informan dilakukan secara purposif mereka dipilih karena keterlibatan langsung dalam proses pengambilan keputusan redaksi dan pengembangan sistem berbasis AI.

Metode Pengumpulan Data

Data dikumpulkan menggunakan tiga teknik utama. Pertama, wawancara mendalam (in-depth interview) dilakukan untuk menggali persepsi, pengalaman, dan strategi adaptasi para informan terhadap penerapan AI. Kedua, observasi partisipatif dilakukan dengan mengamati langsung proses produksi program berita yang menggunakan avatar presenter dan voice cloning. Ketiga, analisis dokumen dan konten dilakukan terhadap hasil siaran tvOne.ai untuk menilai sejauh mana elemen lokal dan kualitas jurnalisme tetap terjaga. Ketiga teknik ini dipilih agar peneliti dapat memperoleh pemahaman yang holistik tentang dinamika perubahan yang terjadi di ruang redaksi akibat integrasi teknologi AI.

Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), yang terdiri atas tiga tahap: reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi, peneliti menyeleksi dan menyusun data wawancara berdasarkan tema

utama seperti efisiensi, nilai budaya, dan adaptasi teknologi. Tahap kedua, data disajikan dalam bentuk matriks atau narasi deskriptif untuk memudahkan interpretasi. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dengan menghubungkan temuan lapangan pada teori Media Ecology, untuk menafsirkan perubahan ekosistem kerja dan budaya redaksi yang disebabkan oleh penerapan AI.

Keabsahan Data dan Etika Penelitian

Keabsahan data, digunakan teknik triangulasi sumber dan metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai pihak, seperti produser, editor, dan tim teknis. Sementara itu, triangulasi metode dilakukan dengan menggabungkan wawancara, observasi, dan analisis dokumen.

Dari sisi etika, seluruh informan diberikan penjelasan tentang tujuan penelitian dan dimintai informed consent sebelum wawancara dilakukan. Data pribadi narasumber dijaga kerahasiaannya, dan seluruh proses dilakukan sesuai kaidah penelitian akademik (Denzin & Lincoln, 2018). Fokus Analisis

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan pada hasil wawancara dengan narasumber dari Media Development tvOne.ai menunjukkan adanya transformasi mendasar dalam cara media televisi memproduksi berita. Keputusan untuk mengadopsi teknologi AI bukan sekadar langkah teknis, melainkan strategi menyeluruh untuk bertahan hidup dalam ekosistem media yang semakin kompetitif. Neil Postman dalam kerangka *media ecology* menekankan bahwa teknologi selalu membawa konsekuensi ekologis. Postman menekankan bahwa teknologi dapat mengubah relasi manusia, budaya, dan lingkungan. Dalam kasus yang terjadi pada *tvOne.ai*, AI menjadi agen perubahan yang membentuk ulang ritme kerja newsroom, persepsi audiens, serta nilai-nilai jurnalisisme.

Ditinjau dari sisi konsekuensi ekologis tersebut, teknologi AI telah mengubah ritme

kerja newsroom di tvOne.ai. Jika dulu produksi berita membutuhkan koordinasi banyak orang, saat ini hanya dengan laptop dan internet, seorang produser dapat menghasilkan paket berita secara lengkap. Hal ini sesuai dengan konsep yang dinyatakan oleh Postman bahwa teknologi menciptakan “lingkungan baru” yang mengatur ulang cara manusia bekerja dan berinteraksi. Penggunaan teknologi ini mampu memangkas durasi produksi berita yang awalnya satu sampai dua jam menjadi hanya sekitar 30 menit. Teknologi AI juga memberikan kesempatan bagi newsroom melakukan *Voice Cloning* sehingga memungkinkan untuk melakukan *dubbing* secara otomatis yang hasilnya sangat mirip dengan suara manusia. Bahkan, suara *dubbing* tersebut dapat menghasilkan suara dengan intonasi emosional. Selain itu, presenter yang tampil dalam bentuk avatar hasil dari prompt AI juga selalu tersedia tanpa harus membutuhkan persiapan fisik seperti yang biasa dilakukan oleh presenter manusia.

Selanjutnya, pemanfaatan teknologi AI yang digunakan dalam memproduksi konten memiliki sejumlah tantangan tersendiri. Tantangan tersebut terutama terdapat pada respon penolakan audiens pada masa awal penampilan presenter avatar yang dianggap kaku dalam menyampaikan isi berita. Sehingga, hal tersebut memunculkan skeptisisme audiens dalam menerima berita yang disampaikan oleh tvOne.AI. Pada tahap awal, presenter avatar dianggap kaku dan “tidak nyata”. Namun, setelah sejumlah proses sosialisasi dan edukasi yang dilakukan oleh tvOne.AI, resistensi publik tersebut berkurang dan mulai menginternalisasi avatar sebagai mediator informasi yang sah. Strategi tvOne.AI dalam melakukan edukasi terhadap audiens tersebut dilakukan dengan memberikan label “Presenter AI” secara konsisten di layar. Selain itu, edukasi kepada audiens secara konsisten juga merupakan langkah yang dilakukan untuk menarik kembali kepercayaan audiens terhadap isi berita yang disajikan oleh tvOne.AI. Fenomena ini menunjukkan bagaimana teknologi mengubah batasan antara yang nyata dan yang

representasional. Menurut Postman, media baru selalu memodifikasi persepsi realitas sosial. Dalam konteks ini, tampak realitas “kehadiran presenter” kini tidak lagi terbatas pada manusia, tetapi juga bisa diwakili oleh entitas digital.

Namun demikian, walau teknologi AI mampu memberikan berbagai efisiensi terhadap ritme kerja di *newsroom*, pemanfaatan teknologi tersebut turut memunculkan tantangan lainnya yaitu berkurangnya keterlibatan peranan manusia dalam proses produksi. Artinya, AI berpotensi menurunkan kualitas jurnalisme jika seluruh proses diserahkan pada mesin. Selain itu, jumlah sumber daya manusia yang biasa bekerja di *newsroom* juga dapat berkurang secara drastis. Terutama hal tersebut tampak pada kekhawatiran terhadap penggunaan AI yang banyak akan menggantikan peranan manusia.

Menghadapi kondisi tersebut pada akhirnya menuntut jurnalis untuk melakukan improvisasi dengan meningkatkan kompetisi diri. Hal tersebut dilakukan dengan tidak lagi mengandalkan kemampuan mengelola fakta menjadi berita tetapi memiliki kompetensi dalam menjadi kurator dan interpreter informasi serta fasih dalam penggunaan berbagai teknologi berbasis gen AI. Sehingga, berdasarkan pada usaha tersebut seorang produser tetap menjadi aktor utama dalam menjaga kualitas naskah dan relevansi budaya. Peningkatan kompetensi diri tersebut sejalan dengan Postman yang menyatakan bahwa teknologi tidak saja berdampak pada efisiensi namun juga memiliki kemampuan untuk mengatur ulang ekosistem sosial. Bahkan, secara lebih luas peningkatan kompetensi atau edukasi tersebut tidak hanya dilakukan oleh *tvOne.AI* sebatas pada audiens saja tapi juga kepada sesama jurnalis yang berasal dari berbagai manajemen media lainnya. Melalui langkah tersebut *tvOne.ai* turut membangun ekologi media hibrida berkelanjutan yaitu memanfaatkan teknologi untuk efisiensi dan tenaga manusia untuk memberikan makna. Ekologi media hibrida tersebut tidak saja untuk kepentingan medianya sendiri, namun juga turut melibatkan media lain. Kombinasi ini

memungkinkan teknologi berfungsi sebagai alat, bukan pengganti, sehingga nilai budaya tetap terjaga.

Strategi ini sejalan dengan gagasan Postman bahwa teknologi harus dikelola secara kritis, bukan diterima begitu saja. *tvOne.ai* menjaga keseimbangan dengan menekankan aspek transparansi dan kurasi manusia. Hal ini penting karena keberlanjutan media bukan hanya ditentukan oleh efisiensi ekonomi, tetapi juga oleh kepercayaan publik. Dengan menempatkan AI sebagai mitra, media memastikan bahwa nilai-nilai budaya tetap terjaga.

Berdasarkan pada penjelasan diatas maka tampak bahwa implikasi teoritis dari pembahasan tersebut memunculkan beberapa kontribusi, diantaranya adalah Pertama, bahwa teknologi AI yang digunakan oleh *tvOne.ai* bukan hanya dimanfaatkan sebagai alat teknis yang dapat mendukung efisiensi media dalam memproduksi konten, namun juga berperan sebagai agen ekologis yang dapat mengatur ulang relasi sosial dan budaya media. Kedua, teknologi AI memunculkan ambivalensi teknologi yaitu disatu sisi membawa efisiensi, namun disisi yang lain juga menimbulkan resiko dehumanisasi. Ketiga, pemanfaatan teknologi AI dalam konteks jurnalisme memungkinkan untuk menciptakan hybrid jurnalisme atau model jurnalisme baru yang memadukan otomatisasi dan verifikasi yang dilakukan oleh manusia. Keempat, bahwa penerimaan publik terhadap inovasi penggunaan teknologi oleh media ditentukan dan dipengaruhi oleh strategi komunikasi media, bukan hanya oleh teknologi itu sendiri.

Jika ditinjau dari implikasi praktis sedikitnya terdapat tiga hal yang bisa diungkapkan. Bagi media sendiri penggunaan AI dapat dimanfaatkan sebagai strategi efisiensi yang berdampak pada akselerasi produksi konten secara lebih cepat dan praktis. Namun, pemanfaatannya tetap harus dimbangi dengan nilai-nilai budaya. Sedangkan, bagi jurnalis sendiri memiliki kemampuan menulis saja di era saat ini tidak cukup. Oleh sebab itu, diperlukan pergeseran peran dari sekedar

penulis berita menjadi kurator makna dan interpreter dari nilai-nilai budaya lokal. Implikasi lainnya diperlukan kebijakan etik untuk memastikan transparansi dan menjaga kepercayaan publik terhadap produk jurnalistik yang berbasis pada AI. Implikasi terakhir ini menjadi ranah bagi regulator untuk dapat mewujudkan hal tersebut.

Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa *tvOne.ai* telah berhasil mengintegrasikan AI sebagai bagian dari strategi produksi berita yang efisien, inovatif, dan adaptif terhadap tekanan ekonomi. Namun, keberhasilan ini hanya mungkin dicapai dengan menjaga keseimbangan: teknologi dipakai untuk mempercepat, manusia dipertahankan untuk memberi makna.

Dalam perspektif *media ecology*, AI membentuk ulang ekosistem media—mengatur ritme kerja, memengaruhi persepsi audiens, dan mengubah identitas media. Dengan menjadikan AI sebagai mitra, bukan pengganti, *tvOne.ai* menunjukkan bahwa efisiensi bisa dicapai tanpa kehilangan identitas budaya dan nilai lokal yang menjadi kekuatan utama media komunitas.

Daftar Pustaka

- Carlson, M. (2015). The robotic reporter: Automated journalism and the redefinition of labor, compositional forms, and journalistic authority. *Digital Journalism*, 3(3), 416–431. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976412>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2018). *The SAGE handbook of qualitative research* (5th ed.). Sage Publications.
- Diakopoulos, N. (2019). *Automating the news: How algorithms are rewriting the media*. Harvard University Press.
- Flew, T. (2019). *Understanding global media*. Palgrave Macmillan.
- Flick, U. (2018). *An introduction to qualitative research* (6th ed.). Sage Publications.
- Gamaleri, G. (2019). Media ecology, Neil Postman's legacy: Mapping media ecology. Introduction to the field, by Dennis G. Cali. *Church, Communication and Culture*, 4(2), 238–244. <https://doi.org/10.1080/23753234.2019.1616585>
- Hanitzsch, T., & Vos, T. P. (2018). Journalism beyond democracy: A new look into journalism's roles in political and everyday life. *Journalism*, 19(2), 146–164.
- Herrada-Lores, S., Palazón, M., Iniesta-Bonillo, M. Á., & Estrella-Ramón, A. (2025). The communication of sustainability on social media: The role of dialogical communication. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 19(2), 307–332. <https://doi.org/10.1108/JRIM-10-2023-0372>
- Howley, K. (2005). *Community media: People, places, and communication technologies*. Cambridge University Press.
- Jamil, S., Panagiotou, N., Fragkonikolopoulos, C., & Gladkova, A. (2022). Media sustainability in the pandemic conflicting world: Reflections from diverse perspectives. *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*, 2, 5–12. <https://doi.org/10.30547/worldofmedia.2.2022.1>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU Press.
- Lokot, T., & Diakopoulos, N. (2016). News bots: Automating news and information dissemination on Twitter.

- Digital Journalism*, 4(6), 682–699.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1081822>
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. McGraw-Hill.
- Media Ecology Association. (n.d.). *Media Ecology Association*.
<https://www.media-ecology.org/>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Montal, T., & Reich, Z. (2017). I, robot. You, journalist. Who is the author? Authorship, agency, and ethics in automated journalism. *Digital Journalism*, 5(7), 829–849.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1209083>
- Napoli, P. M. (2019). *Social media and the public interest: Media regulation in the disinformation age*. Columbia University Press.
- Nugroho, Y. (2023). Hybrid journalism in the Indonesian digital ecosystem. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 12(1), 15–29.
- Pavlik, J. V. (2020). New technologies and the future of journalism. *Journalism Studies*, 21(4), 511–525.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1640190>
- Picard, R. G. (2011). *The economics and financing of media companies*. Fordham University Press.
- Postman, N. (1970). The reformed English curriculum. In A. C. Eurich (Ed.), *High School 1980: The shape of the future in American secondary education* (pp. 160–168). Pitman Publishing Corporation.
- Postman, N. (1985). *Amusing ourselves to death: Public discourse in the age of show business*. Penguin Books.
- Postman, N. (2000). The humanism of media ecology. *Proceedings of the Media Ecology Association*, 1, 10–16.
- Schudson, M. (2003). *The sociology of news*. W. W. Norton & Company.
- Strate, L. (2004). A media ecology review. *Communication Research Trends*, 23(2), 3–48.
- Thurman, N. (2019). When reporters get hands-on with robo-writing: Professionals consider automated journalism’s capabilities and consequences. *Digital Journalism*, 7(7), 980–999.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1601576>
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). Sage Publications.
- Zelizer, B. (2019). *Why journalism matters*. Polity Press.