

Penerimaan Audiens terhadap Penggunaan Teknologi Kecerdasan Buatan sebagai Pembaca Berita di TV One Indonesia

Audiens Technological Acceptance Of The Use on Artificial Intelligence as News Anchor in TV One Indonesia

Prisca Angelina Hartono Putri¹⁾, Desideria Lumongga Dwiwahidah²⁾

¹⁾Program Studi Ilmu Komunikasi/ FISIP, Universitas Pelita Harapan

²⁾Program Studi Magister Ilmu Komunikasi /FISIP, Universitas Pelita Harapan

Diajukan Tanggal Bulan Tahun / Disetujui Tanggal Bulan Tahun

Abstrak

Perkembangan teknologi komunikasi yang ditandai dengan inovasi kecerdasan buatan (AI) memasuki babak baru dalam penerapannya di media massa. Salah satunya terlihat pada penggunaan teknologi ini sebagai pembawa berita di TV One AI. Karena ini merupakan sesuatu yang baru di Indonesia, maka penerimaan masyarakat terhadap inovasi ini ingin dikaji lebih lanjut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis dan metode deskriptif. Teknik. Penelitian ini mengambil sampel secara purposive dengan melakukan wawancara semi terstruktur kepada pemirsa program berita AI TV One.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa jika dilihat dari model resepsi khalayak yang dikemukakan oleh Hall, khalayak berada pada posisi hegemoni dan negosiasi yang dominan. Kedua posisi tersebut menunjukkan bahwa presenter berita AI TV One dapat diterima oleh masyarakat Indonesia dengan tetap mempertimbangkan sisi yang berlawanan dengaungkin menjadi ancaman di masa depan. Diharapkan khalayak semakin penasaran dengan program berita yang menggunakan kecerdasan buatan di Indonesia, yang hanya akan menghilangkan sebagian peran pembawa berita sebagai jurnalis. Inovasi diharapkan dapat dilakukan secara bertahap dari satu bidang ke bidang lainnya sebagai bentuk pengenalan dan pemanfaatan kecerdasan buatan dalam ranah media di Indonesia.

Kata Kunci: *Penerimaan, Audiens, Kecerdasan Buatan, Berita, Pembaca, TV One*

Abstract

The development in communication technology, marked by innovation in artificial intelligence (AI), is entering a new phase in its application in mass media. One can be seen in using this technology as a news anchor on TV One AI. Because this is something new in Indonesia, public acceptance of this innovation needs to be studied further.

This research uses a qualitative approach with a constructivist paradigm and descriptive methods. Technique. This research took a purposive sample by conducting semi-structured interviews with TV One AI news program viewers.

The research findings show that when viewed from the audience reception model proposed by Hall, the audience is in a position of dominant hegemony and negotiation. These two positions show that the AI TV One news presenter can be accepted by the Indonesian people while considering the opposing sides that may become threats in the future. It is hoped that the audience will be inquisitive about news programs using artificial intelligence in Indonesia, which will only partially eliminate the role of news anchors as journalists. Innovation is expected to be carried out gradually from one field to another as a form of introduction and use of artificial intelligence in the media realm in Indonesia.

Keywords: *Audience, Acceptance, Artificial Intelligence, News, Anchor, TV One*

*Korespondensi Penulis:

E-mail: desideria.leksmono@uph.edu

Pendahuluan

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (ICTs) mendorong inovasi dan akan terus berkembang (Ali & Hassoun, 2019), termasuk teknologi kecerdasan buatan atau artificial intelligence (AI) yang semakin melekat dalam kehidupan manusia. Namun sayangnya penerimaan masyarakat Indonesia mengenai AI masih tergolong cukup rendah (Ririh et al., 2020), hal ini dikarenakan Indonesia mengalami banyak permasalahan dalam pengimplementasian AI dan juga pada umumnya, pengetahuan masyarakat Indonesia tentang AI masih rendah walaupun sudah menjadi pengguna sejak beberapa tahun terakhir di berbagai aplikasi. Meskipun begitu, pada kenyataannya masyarakat harus bersikap adaptif dan memiliki pemahaman yang cukup akan dampak negatif dari perkembangan teknologi untuk menghindari keretakan pada nilai sosial (Rahman et al., 2022).

Ada berbagai macam jenis AI yang telah diciptakan hingga saat ini, salah satunya yang cukup dikenal di Indonesia adalah model AI *generative pre-transformed* (GPT) seperti chat GPT. Ini merupakan model kecerdasan buatan yang memproses dan mempelajari bahasa secara alami dan dapat memahami dan meniru proses berpikir dan perilaku manusia dengan menggunakan pemrograman komputer. Galloway (2022) menyebutkan bahwa tugas AI seperti ini dalam komunikasi dapat membantu pengguna untuk mengenali, memahami serta menghasilkan bahasa yang mengalir alami dengan focus utama menganalisis dan menginterpretasi. Karena kemampuan AI seperti ini, maka kecerdasan buatan dapat digunakan untuk membantu manusia dalam bekerja, alih-alih mengambil peran manusia dalam melakukan pekerjaannya. AI banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari, terutama membantu dalam berkomunikasi (Sobron & Lubis, 2021).

Ada berbagai kemampuan AI yang dapat digunakan untuk mempermudah pekerjaan manusia, sehingga penggunaannya sangat luas, termasuk di dalam industri media. Pada hakikatnya, kecerdasan buatan

memainkan peran yang signifikan dalam kemajuan dan perkembangan peradaban manusia. Salah satu efek yang dirasakan manusia sebagai hasil dari kehadiran kecerdasan buatan adalah kemampuan manusia untuk bekerja dengan lebih efisien dan produktif, yang secara langsung dapat mengarah pada kemajuan perekonomian suatu negara (Disemadi, 2021). Industri televisi harus mengikuti perkembangan teknologi saat ini, terutama yang berkaitan dengan Artificial Intelligence (AI). AI mulai digunakan dan dimanfaatkan dalam bidang pertelevisian, terutama broadcasting dan jurnalisme, dan masyarakat Indonesia sangat memperhatikan perkembangan ini. (Ernis & Pirdaus, 2022). Sebagian orang setuju bahwa pekerjaan itu sangat mudah, tetapi sebagian lain khawatir bahwa AI akan mengancam keberlangsungan beberapa pekerjaan. Industri kreatif di Indonesia memiliki peranan penting dalam peningkatan ekonomi negara. Industri kreatif adalah industri yang memanfaatkan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk meningkatkan kesejahteraan dan lapangan kerja. (hidayat fahrul, 2023)

Dalam penggunaan di media massa, terutama di berbagai stasiun televisi manca negara juga telah memanfaatkan teknologi AI terutama untuk membuat konten program, menganalisa kecenderungan audiens, mengolah data rating acara dan berbagai keperluan lainnya. Salah satu stasiun TV di Indonesia, yaitu TV One juga telah membuat terobosan dengan menggunakan teknologi kecerdasan buatan atau AI sejak tahun 2023. Program *Apa Kabar Indonesia-Malam* di TV One menggunakan teknologi AI pada penggunaan avatar sebagai pembaca berita (*news presenter*). Penggunaan avatar sebagai pembaca berita (*news presenter*) memang baru pertama kali terjadi di Indonesia, maka penelitian ini melihat bagaimana masyarakat menerima inovasi teknologi yang menggunakan *digital presenter* berbasis AI di stasiun televisi TV One. *Digital presenter* berbasis AI dengan *news presenter* yang sebenarnya memiliki perbedaan yang signifikan dalam pembawaan berita, seperti yang diketahui bahwa *digital presenter* berbasis AI terkesan monoton dan kaku karena

bagaimanapun tidak dapat menjiplak *news presenter* yang sebenarnya. Oleh karena itu maka penelitian ini ingin menelaah bagaimana audiens atau publik menerima penggunaan teknologi kecerdasan buatan dalam program televisi.

Beberapa penelitian terdahulu yang telah membahas tentang penggunaan AI di TV One seperti penelitian Ridwan & Heikal (2023) menggunakan metode grounded theory dengan mengumpulkan data melalui wawancara dengan jajaran manajemen eksekutif di stasiun TV ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan menggunakan AI untuk Analisa data dan otomasi yang digunakan untuk produksi konten program, dalam upaya untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi program acara. Sedangkan penelitian Putri (2024) mengkaji tentang pemanfaatan AI dalam pemberitaan TV One melalui akun youtube @tvOneAI, menunjukkan bahwa pemanfaatan kecerdasan buatan sebagai upaya menolong kemerosotan ekonomi pasca covid-19 dan efisiensi waktu pengerjaan serta ketepatan informasi yang disampaikan.

Sedangkan penelitian terdahulu yang membahas tentang penggunaan AI dalam penyiaran, adalah penelitian Oyedokun (2023) yang membahas tentang efek dari mengadopsi presenter AI dalam penyiaran ditinjau dari persepsi dan gratifikasi audiens, serta penelitian Ma & Dennis (2024) yang membandingkan antara presenter manusia dengan presenter kartun AI sebagai penjual di dalam siaran live streaming perdagangan elektronik, menunjukkan adanya perbedaan kajian yang melihat. Ke dua penelitian tersebut semata hanya melihat dari azas pemanfaatan AI dalam penyiaran, baik dari sisi audiens maupun perbandingan kemampuan antara manusia dengan AI. Akan tetapi dalam penelitian ini lebih memfokuskan pada pembahasan mengenai alasan masyarakat menerima ataupun menolak inovasi teknologi kecerdasan buatan secara keseluruhan, khususnya kecerdasan buatan dalam program berita televisi.

Kecerdasan buatan atau AI sejatinya merupakan bagian dari ilmu komputer yang dapat melakukan pekerjaan seperti yang dilakukan oleh manusia (Jaya et al., 2018).

Tujuan utama dari AI adalah untuk menunjukkan apakah kecerdasan manusia dapat direplikasikan ke mesin (Koricanac, 2021). McCarthy menyatakan bahwa AI merupakan mesin cerdas, yang dapat memahami dan meniru proses berpikir dan perilaku manusia dengan menggunakan pemrograman komputer. AI saat ini telah berkembang pesat sehingga hampir semua bidang kehidupan menggunakannya dan menghasilkan sistem yang lebih handal dan presisi sebagaimana dikutip oleh Jamaluddin & Indah (2021).

Dalam kajian di awal munculnya AI, Stuart Russell dan Peter Norvig memberikan beberapa penjelasan tentang AI dalam bukunya "*Artificial Intelligence: A Modern Approach*". Mereka membahas empat pendekatan yang berbeda untuk AI secara rinci untuk menyimpulkan mana yang tampaknya memiliki kemungkinan terbesar untuk implementasi praktis, yaitu termasuk: berpikir secara manusiawi (*Thinking humanly*), berpikir secara rasional (*Thinking rationally*), berperilaku manusiawi (*Acting humanly*), bertindak secara rasional (*Acting rationally*) (Russell & Norvig, 1995). Dua pendekatan pertama (berpikir secara manusiawi dan berpikir secara rasional) lebih berkaitan dengan kapasitas pemrosesan mesin, sedangkan dua pendekatan lainnya (berperilaku secara Manusiawi dan bertindak secara Rasional) berkaitan dengan aspek perilaku mereka (Koricanac, 2021).

Hadirnya AI di berbagai platform media, membuat masyarakat harus beradaptasi untuk menerima dan memahami serta memanfaatkan inovasi teknologi tersebut. Dalam menerima berbagai pesan yang disampaikan melalui media, audiens dapat menyerap pesan-pesan yang dibaca atau didengar, tetapi tidak secara pasif menerimanya secara langsung. Stuart Hall mengagas teori penerimaan berfokus pada cara orang menerima dan menafsirkan teks. Individu menerima dan menafsirkan teks bergantung oleh faktor-faktor individu seperti gender, kelas, usia, dan kesukaan mempengaruhi cara mereka membaca teks (Imran, 2013). Sama seperti yang dimaksud, Thompson (1995) juga menyatakan bahwa orang tidak secara pasif menyerap informasi dari media. Menurutnya,

“Pesan ditransformasikan melalui proses penyampaian, interpretasi, reinterpretasi, komentar dan kritik. Dengan menangkap pesan dan secara rutin memasukkan pesan menjadi bagian kehidupan kita. Proses ini berlangsung terus menerus yang akan membentuk persepsi, keterampilan, pengetahuan, pengalaman, dan memperluas pengalaman.”

Hal ini menunjukkan bahwa penerima pesan tidak akan menafsirkan pesan secara langsung melainkan akan melewati beberapa proses yang nantinya akan menimbulkan sebuah tanggapan ataupun tindakan oleh penerima pesan.

Menurut Stuart Hall (1973) Encoding dan decoding adalah konsep utama yang mendasari teori penerimaan pesan. Encoding adalah proses membuat pesan sesuai dengan kode tertentu, sedangkan decoding adalah proses menggunakan kode untuk memaknai pesan. Dalam teori penerimaan pesan menjelaskan bahwa ada tiga posisi hipotekal yang dapat diambil masyarakat untuk melakukan decoding yaitu, 1) *Dominant hegemonic position*, terjadi ketika setiap individu bertindak terhadap kode sesuai apa yang dianggap paling dominan sehingga memiliki kekuatan yang lebih besar daripada kode lainnya. Yang berarti bahwa pesan yang didekodekan sesuai dengan kode yang sama seperti yang dikodekan. Hall mengasumsikan bahwa berita diproduksi dalam ideologi dominan. Contohnya ketika pemirsa mengambil makna konotasi dari, misalnya, sebuah program berita televisi dan mendekodasi (*decodes*) pesan itu dalam hal kode referensi di mana itu telah dikodekan, hal ini dapat dikatakan bahwa penonton beroperasi di dalam kode dominan (Hall 198: 136). 2) *Negotiated position*, posisi dimana khalayak dapat menerima ideologi yang dominan dan akan mengikutinya meskipun ada beberapa pengecualian. Dekoding dalam versi negosiasi mengandung campuran elemen adaptif (*adaptive*) dan oposisi (*oppositional elements*). Hall mengakui definisi hegemonik ditujukan untuk membuat makna besar (abstrak), sementara, pada tingkat yang lebih terbatas, situasional (*situated*), Hall membuat aturan dasarnya sendiri yang beroperasi dengan pengecualian dari aturan. (Hall 198: 137). 3) *Oppositional position*, Khalayak memiliki pemikiran dan persepsi yang bertentangan,

serta menolak sepenuhnya sebuah pesan dan pemaknaan. Hal ini terjadi ketika khalayak memiliki sudut pandang yang kritis dan menolak semua pesan yang disampaikan media dan memilih untuk mengartikannya secara langsung (Rahmawati, 2018). Posisi ketiga ini, berarti bahwa penerjemah membaca pesan dengan bantuan kerangka makna yang sangat berbeda. Hasil akhirnya, pemirsa mungkin sepenuhnya memahami baik konotatif yang diberikan dalam tayangan tetapi hal ini bertentangan dengan mendekodekan pesan secara global. (Hall 1980, h. 137f).

Hall (1973) menyatakan bahwa teks media terdiri dari berbagai pesan yang dikodekan (dibuat atau dimasukkan) oleh produser dan kemudian didekodekan (dijelaskan) oleh audiens. Oleh karena itu, apa yang dilihat hanyalah sebagai "representasi" dari apa yang diinginkan produser. Hobson (2000), berpendapat bahwa setiap individu mempunyai penerimaan dan interpretasi yang tersendiri

“Neither is better nor worse than the other. They are simply different programmes and each is dependent on the understanding which the audience brings to it for its ultimate worth”

Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa, setiap program memiliki keunikan masing-masing dan bergantung pada cara pandang dan pemahaman yang diberikan oleh penonton terhadap *output*-nya, baik itu penerimaan atau penolakan dari penonton. Penerimaan dan penolakan dari penonton tergantung dari bagaimana mereka menginterpretasi tayangan program yang dikonsumsi. Pengetahuan tentang teori penerimaan dapat membantu perkembangan kecerdasan buatan untuk memahami *feedback* dari pengguna, guna untuk menyempurnakan sistem agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi pengguna sehingga pada akhirnya pengguna dapat menerima teknologi itu sendiri maupun pesan-pesan yang disampaikan melalui pemanfaatan teknologi.

Industri televisi sebagai bagian dari industri kreatif menjadi sangat penting dalam perekonomian global karena memiliki potensi untuk menciptakan nilai tambah dan lapangan kerja baru (Basri, 2022). Industri televisi harus

mengikuti perkembangan teknologi saat ini, terutama yang berkaitan dengan Artificial Intelligence (AI). AI mulai digunakan dan dimanfaatkan dalam bidang pertelevisian, terutama broadcasting dan jurnalisme, dan masyarakat Indonesia sangat memperhatikan perkembangan ini. (Ernis & Pirdaus, 2022). Sebagian kalangan menganggap bahwa kehadiran AI akan mengancam keberlangsungan beberapa pekerjaan, termasuk pekerjaan di bidang industri penyiaran, yang menghasilkan konten bagi penonton. Konten yang disuguhkan oleh media televisi menjadi bagian dari industri kreatif. Industri kreatif di Indonesia memiliki peranan penting dalam peningkatan ekonomi negara. Industri kreatif adalah industri yang memanfaatkan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk meningkatkan kesejahteraan dan lapangan kerja (hidayat fahrul, 2023).

AI memiliki peran yang penting dalam meningkatkan kinerja industri kreatif di Indonesia. Dengan implementasi yang tepat, AI dapat membantu meningkatkan efisiensi, kualitas, dan inovasi dalam industri kreatif. Oleh karena itu, perusahaan dan pelaku industri kreatif di Indonesia perlu mempertimbangkan penggunaan AI sebagai strategi yang dapat memberikan keunggulan kompetitif dan membantu mendorong pertumbuhan sektor ini ke arah yang lebih baik (hidayat fahrul, 2023)

Metode Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif menurut Basrowi & Suwandi (2009) merupakan penelitian yang mengutamakan pemahaman dan penafsiran mendalam mengenai makna, kenyataan, dan fakta yang relevan. Menurut Yin (2011) penelitian kualitatif digunakan ketika seseorang ingin memahami bagaimana manusia menghadapi dunia nyata. Keunikan pendekatan kualitatif dikarenakan peneliti dapat mengambil kajian dan menarik kesimpulan yang mendalam mengenai topik yang beragam karena tidak dibatasi oleh batasan tertentu seperti jenis penelitian yang lain. Hal ini pun sejalan dengan pendapat Denzin dan Lincoln (2009, h.4) yang mengatakan bahwa penelitian kualitatif tidak

terikat dengan disiplin keilmuan tunggal manapun. Penelitian kualitatif juga tidak mempunyai seperangkat metode yang berbeda yang murni miliknya. Tidak ada metode atau praktik khusus yang lebih diunggulkan daripada yang lain dan tidak satupun metode atau praktik dikesampingkan.

Penelitian kualitatif mementingkan proses dari pada hasil, karena proses terjadinya sesuatu itu jauh lebih penting (Nugrahani & Hum, 2008). Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian kualitatif yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang disampaikan secara lisan dari beberapa orang yang diamati. Pengumpulan data tersebut dipandu oleh fakta-fakta yang ditemukan pada saat penelitian di lapangan (Mukrimaa et al., 2016). Mengacu kepada konsep pemikiran para ahli di atas, penulis akan menggunakan penelitian kualitatif untuk menelaah lebih dalam mengenai bagaimana penerimaan masyarakat terhadap *news presenter* AI. Pendekatan ini dipilih karena dapat menganalisa dan menjelaskan bagaimana penerimaan masyarakat terhadap penggunaan Kecerdasan Buatan (AI) dalam sebuah program berita di televisi, serta membangun pemahaman yang mendalam tentang pandangan dan pengalaman ini untuk pada akhirnya masyarakat dapat menerima ataupun menentang.

Pengumpulan data dilakukan dengan mewawancarai secara mendalam dengan wawancara semi terstruktur kepada sejumlah informan, baik informan kunci maupun informan pendukung. Peneliti telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis namun tidak menyiapkan alternatif jawaban seperti halnya wawancara terstruktur (Suryana A, 2017). Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara dimintai pendapat, dan ide-idenya (Sugiyono, 2016, h. 233). Sedangkan informan didapatkan dengan cara sampling purposive, yaitu dengan memilih informan yang memiliki pengetahuan mendalam tentang program berita TV One terutama TV One AI.

Informan kunci adalah mereka yang memiliki keterangan penting dan sumber bukti

yang mendukung (Moleong, 2005). Informan kunci dalam penelitian ini adalah seorang penonton dari program berita TV One termasuk program *Apa Kabar Malam* oleh TV One AI yang sekaligus mempunyai pengetahuan dan berkecimpung dalam bidang *broadcasting and journalism*. Informan kunci dalam penelitian ini memiliki pengetahuan tentang persyaratan dan deskripsi kerja seorang pembaca berita (*news anchor*). Dalam penelitian ini disebut dengan informan P. Sedangkan informan pendukung dalam penelitian ini adalah audiens yang sangat menyukai program berita di TV dan sengaja menonton program *Apa Kabar Malam* dari TV One AI sejak hari pertama dimulai (informan F). Informan pendukung yang lain yaitu Informan G adalah penonton TV yang hanya menonton program berita dan tertarik untuk menonton penerapan AI dalam program berita. Informan G ketika mendapatkan informasi tentang TV One yang menggunakan AI dalam program berita, ia lalu menonton program tersebut hampir setiap hari. Informan G dalam wawancara awal menyebutkan bahwa ia semata hanya ingin membandingkan saja. Informan S dan informan A masing-masing adalah mahasiswa yang menyukai penerapan teknologi komunikasi, terutama AI yang akhir-akhir ini banyak digunakan di segala bidang. Informan S dan A menonton program berita *Apa Kabar Malam* oleh TV One AI karena informasi dari rekan mereka. Baik informan S maupun A tidak menonton program berita tersebut dari awal peluncuran, tetapi sejak mereka mendapat informasi tentang AI dalam program berita TV One AI, mereka lalu menjadi penonton setia program tersebut. Dari pemaparan tentang deskripsi para informan ini, maka total jumlah informan dalam penelitian ini ada lima orang, satu informan kunci dan empat informan pendukung. Dalam penelitian

Data yang dikumpulkan melalui wawancara sebagai data primer, harus didukung oleh berbagai sumber literatur dan dokumentasi sebagai data sekunder dan bagian dari telaah pustaka (*library research*). Data sekunder meliputi berbagai artikel jurnal terkait AI dan penggunaan AI dalam program televisi dan TV digital dan berbagai artikel media massa terkait peluncuran TV One AI. *Library research* merupakan jenis penelitian yang

dilakukan melalui proses pengumpulan data, karya tulis ilmiah, atau telaah kepustakaan untuk memecahkan masalah. Tujuan dari studi kepustakaan ini adalah bukan hanya untuk mendapatkan informasi penelitian sejenis, tetapi juga untuk mempelajari bahan-bahan pustaka yang relevan secara kritis dan mendalam (Nurjanah, 2020).

Setelah data didapatkan maka diperlukan pengujian tingkat kepercayaan atau keabsahan data yang telah didapatkan. Keabsahan data yang diperoleh dalam penelitian ini dilakukan dengan triangulasi, terutama triangulasi sumber untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh sudah benar. Oleh karena itu selain data wawancara yang dikumpulkan, peneliti melakukan observasi non partisipan dengan menyaksikan informan selama wawancara berlangsung. Observasi yang dimaksud dalam hal ini yaitu termasuk sikap, tindakan, pembicaraan maupun interaksi interpersonal yang disampaikan selama proses wawancara dan pada saat mengamati informan menyaksikan program berita yang menggunakan AI ditayangkan.

Data-data dalam jumlah besar yang dikumpulkan peneliti setelah itu harus melalui proses Analisa dengan mereduksi data, yang berarti memfokuskan analisis sesuai dengan kebutuhan dan disusun secara sistematis (Purnamasari & Afriansyah, 2021). Pada tahap ini, data dan informasi yang diperoleh ditajamkan, digolongkan, dan diarahkan, serta membuang bagian-bagian yang tidak perlu. Setelah itu dilakukan pengorganisasian data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi (Ajif, 2013).

Dalam tahapan ini peneliti melakukan Teknik *open coding* dan *axial coding* dengan mentranskrip hasil wawancara seluruh partisipan dan memberi kode berbeda untuk setiap subjeknya dan dilanjutkan dengan mengelompokkan data sesuai dengan topik pembahasan menggunakan teknik *axial coding*. Faturochman, Minza dan Nurjaman (2017) mengemukakan bahwa *axial coding* dilakukan dengan mengelaborasi kesamaan inti kategori pada kelompok kategorisasi yang diidentifikasi ditahap *open coding*. Oleh karena itu, peneliti akan mereduksi data dengan mengelompokkan

data sesuai dengan topik pembahasan. Setelah *open coding* dilakukan, maka selanjutnya dilakukan *axial coding*. Faturochman, Minza dan Nurjaman (2017) mengemukakan bahwa *axial coding* dilakukan dengan mengelaborasi kesamaan inti kategori pada kelompok kategorisasi yang diidentifikasi ditahap *open coding*. Oleh karena itu, peneliti akan mereduksi data dengan mengelompokkan data sesuai dengan topik pembahasan

Hasil Dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Dalam beberapa tahun terakhir, banyak perusahaan dan lembaga di Indonesia mulai menerapkan kecerdasan buatan (AI) dalam berbagai bidang, termasuk media massa seperti televisi. TV One, sebagai salah satu stasiun televisi ternama di Indonesia, telah menunjukkan minat dalam penggunaan teknologi AI, termasuk dalam penggunaan AI sebagai *news presenter*. Penggunaan AI sebagai *presenter* berpotensi membuka peluang baru dalam penyiaran berita, dengan kemampuan untuk menyampaikan informasi dengan cepat dan efisien. Namun, penggunaan AI sebagai *news presenter* menimbulkan pertanyaan tentang moralitas dan kekhawatiran tentang kehilangan karyawan manusia di industri penyiaran. Kemampuan manusia untuk memberikan nuansa emosi, penekanan yang tepat, dan kepekaan terhadap masalah tertentu masih sulit ditandingi oleh teknologi saat ini, meskipun AI lebih unggul dalam segi kecepatan dan efisiensi.

Dari temuan penelitian yang telah didapatkan, peneliti mendapatkan bahwa informan dari penelitian yang merupakan penonton/audiens dari TV One AI berada di *negotiated position* dan *dominant hegemonic position*, tidak dengan *oppositional position*. Dua informan yang merupakan audiens dari stasiun televisi TV One menolak sedangkan kedua informan lainnya dapat menerima kehadiran *News presenter* AI TV One. Tidak ada yang berada di *oppositional position*. Akan tetapi, mereka yang menolak juga tidak menolak secara mentah-mentah karena mereka tahu bahwa mereka tidak bisa melawan

perkembangan teknologi, melainkan adanya kekhawatiran dalam diri mereka pada hilangnya sebuah mata pencaharian/profesi yang sebelumnya dijalankan oleh manusia akan menjadi tergantikan oleh teknologi sepenuhnya. Walaupun begitu mereka juga tidak bisa menerima secara utuh karena mereka belum yakin bahwa *news presenter* AI dapat menggantikan *presenter* yang sebenarnya. Informan tidak ada yang berada di *oppositional position* karena mereka tahu bahwa menyadari bahwa mereka tidak dapat menghindari maupun melawan perkembangan teknologi.

1) *Negotiated Position*

Dari hasil wawancara ada dua informan berada dalam *negotiated position*. Menganalisa dari *feedback* mereka, mereka menyatakan bahwa AI merupakan sebuah inovasi teknologi yang menarik perhatian dan akan terus berkembang di kemudian hari namun tetap menjadi menjadi sebuah kekhawatiran karena tetap ada ancaman/sisi negatifnya yang harus diperhitungkan. Dalam kaitannya dengan penggunaan inovasi teknologi AI di program TV dapat dipandang lebih cenderung pada sisi negatif karena:

a) Hilangnya mata pencaharian

Sisi negatif yang pertama yaitu dapat menghilangkan kesempatan manusia untuk bekerja dan juga memperkecil lapangan pekerjaan karena minimnya kebutuhan akan kehadiran manusia sebagai talent untuk menjadi *news presenter*. Seperti yang dinyatakan oleh Informan F

“takutnya menggeser ini ya.. tatanan dari apa ya.. kayak pencari.. pencari rezeki yang ada di dalam itu tadi.. ee.. lingkup televisi ya gitu.. kayak apa ya.. makin berasa ga sih gitu, bahwa manusia itu lama lama tergantikan gitu.. karena disini kan sistem si.. si ini ya.. *broadcasting* ini tadi tuh kan memberikan informasi informasi.. ee.. bukan berupa kayak sesuatu yang membantu secara langsung gitu loh. jadi kayak sebenarnya data faktual

atau apa itu kan sebenarnya emang masih di searching oleh manusia gitu loh.. otomatis berarti kan ini mau mengurangi ee.. jatah sari pegawai lah istilahnya.. pegawai ini yang harusnya tadinya biasanya yang bawain berita ini..”

“lama kelamaan itu kan mengurangi pekerjaan manusia gitu loh.. jadi kayak mulai tergantikan sama yang namanya AI itu.. kayaknya mimpi buruk sih sebenarnya.. kayaknya gitu.. apalagi kan untuk *broadcasting* itu kan ee.. makanan sehari-hari ya, makanan sehari-hari dimana ya biasanya orang-orang cari uangnya dari sana gitu loh.. penghasilannya dari sana.. tapi lama-lama tergeser oleh AI.. jatohnya jadi kayak kurang bagus juga gitu.. jadi kalo mungkin untuk *ambassador*-nya doang okelah.. cuman kalo hampir setiap.. mungkin berita ee.. yang bawainnya avatar AI gitu kayaknya jangan gitu..”

“cuman kalau dibilang avatarnya, jatohnya kayak menggantikan manusia”

Dapat dilihat bahwa ada kekhawatiran yang disampaikan oleh informan F akan hilangnya lapangan pekerjaan manusia. Baginya, penyebutan Avatar terdengar seperti akan menggantikan pekerjaan manusia.

b) Adanya perbedaan signifikan yang terlihat antara AI dengan manusia

Intonasi, gesture, ekspresi dan cara baca yang sangat berbeda dengan manusia sehingga terlihat lebih kaku, tidak seperti layaknya manusia pada umumnya. Hal ini terjadi demikian, karena AI dikondisikan untuk merekam intonasi, gesture dan ekspresi yang tersimpan di bank data, seperti yang dikatakan oleh informan kunci P.

“kalau baca berita biasa masih mungkin ya, karena AI itu masih bisa dikondisikan untuk

merekam ekspresi intonasi, gitu kan ee.. punya bank data untuk ekspresi sedih gitu misalnya, punya bank data untuk ekspresi senang misalnya yang bisa ditampilkan pada saat membaca kata-kata tertentu gitu”

Selain itu Informan Kunci P juga mengatakan bahwa, sejauh ini belum ada AI yang dapat memberikan respon atau memberi feedback berupa suatu pertanyaan selain yang sudah diprogramkan sebelumnya. Contohnya seperti dalam wawancara, dalam beberapa situasi saat wawancara diperlukan beberapa pertanyaan tambahan yang terkadang perlu ditindaklanjuti dengan pertanyaan berikutnya sesuai dengan jawaban narasumber,

“kalau untuk *talkshow* misalnya, sepertinya agak sulit, karena *talkshow* itu kan ee.. seorang *news anchor* memberi respon ya, dari narasumber atau menanyakan sesuatu yang kadang-kadang perlu ditindaklanjuti dengan pertanyaan-pertanyaan berikutnya sesuai dengan jawabannya narasumber, nah apakah AI bisa melakukan itu, so far sih belum.. tapi saya sih ee.. optimis bahwa AI tidak bisa menggantikan *news presenter* yang sebenarnya dalam hal ini.. begitu”

Dalam hal ini, Informan kunci melihat bahwa sejauh ini AI belum dapat melakukan hal tersebut yang sebenarnya mudah bagi manusia untuk melakukannya. Hal ini membuat informan kunci merasa optimis bahwa AI tidak bisa menggantikan *News presenter* yang sebenarnya. Ditambahkan juga oleh informan F

“Jadi kalau untuk berita sendiri masih lebih enak kalo manusia sendiri sih yang bawain ya ee.. tetep lebih menarik manusianya lah dibanding AI nya gitu”

Dapat ditarik kesimpulan dari apa yang disampaikan oleh informan F bahwa pembawaan manusia sebagai pembawa berita lebih menarik ketimbang AI

c) Masih adanya *Human Error*

Kemungkinan error akan tetap ada. Seperti yang dikatakan oleh informan kunci P bahwa walaupun disebut dengan kecerdasan buatan, dibalik itu masih melibatkan kontrol manusia.

“kalau AI mungkin yang lebih dipersiapkan itu ya orang-orang yang membuat AI *news presenter* itu, jadi secara sistem nih karena kita kan ngomongin teknologi, jadi secara sistem dan teknologi, orang belakang layar yang mempersiapkannya itu yang lebih perlu *effort* gitu ya ketimbang AInya itu sendiri.”

Ditambahkan oleh Informan G:

“*broadcasting* ini tadi tuh kan memberikan informasi-informasi.. ee.. bukan berupa kayak sesuatu yang membantu secara langsung gitu loh. jadi kayak sebenarnya data faktual atau apa itu kan sebenarnya emang masih di *searching* oleh manusia gitu loh..”

Dalam hal ini, dapat dilihat bahwa kemungkinan *human error* masih memungkinkan untuk terjadi karena di belakang layar masih terdapat andil manusia yang sangat krusial untuk menjalankan serta memandu proses produksi suatu acara berita yang akan dibawakan oleh *news presenter* AI TV One.

Ditambahkan oleh informan kunci

P:

“penggunanya mengakses berita dimanapun dan kapanpun itu tidak ada bedanya dengan *presenter* orang sebenarnya gitu ya, karena kan ini hanya perubahan sosok gitu.. satunya sosok *news presenter* beneran yang satunya sosok ee.. grafis atau robot yang dibuat oleh manusia kemudian dijadikan sebagai pembaca berita gitu, jadi kalau soal akses ee..

akses dari pemirsa untuk mengakses berita melalui ee.. *news presenter* baik itu AI maupun tidak AI itu menurut saya ga ada bedanya, cuman yang beda lebih ke proses produksi dan outputnya karena proses produksinya tentu kalau orang ee.. orang beneran yang jadi *news presenter* akan ada *reading*, proses proses seperti itu ya.. pembuatan berita terlibat, kalau kayak *news anchor* tadi, terlibat dalam pembuatan berita, kemudian *reading*, kemudian persiapan dan lain lain.. persiapan performa gitu ya.. kayak ya supaya tampil menarik di depan layar, terus ekspresinya perlu dilatih, sebelum jadi *presenter* itu banyak banget tahapannya untuk persiapan sebelum naik ke layar..”

Dari pernyataan yang telah disampaikan oleh informan kunci P di atas, proses penarikan *news presenter* AI ke hadapan layar melibatkan beberapa proses kompleks di balik layar yang melibatkan teknologi dan pengembangannya. Pada umumnya tahapan ini termasuk, 1) Perencanaan dan desain, tim di belakang layar pengembangan *news presenter* AI bertanggung jawab untuk merencanakan tampilan, gaya, dan kepribadian *presenter* yang diinginkan. Ini termasuk desain visual, suara, dan kemampuan untuk berinteraksi dengan teks dan data berita. 2) Pengumpulan data dan pembelajaran mesin, data audio, visual, dan teks diperlukan untuk membuat *news presenter* AI yang realistis. Sebagai contoh, ekspresi wajah, rekaman suara, dan bahkan cara penyampaian berita oleh penyampai manusia dapat digunakan. Penggunaan algoritma kompleks dan pemrosesan data yang besar merupakan komponen-komponennya. 4) Pengujian dan pemantapan, setelah model AI dibuat, pengujian dilakukan untuk memastikan bahwa *presenter* AI membaca berita dengan baik,

menyesuaikan ekspresi wajah dengan konteks berita, dan berperilaku secara sesuai. 5) Integrasi ke dalam sistem siaran, setelah lulus semua pengujian dan evaluasi, *news presenter* AI dimasukkan ke dalam sistem siaran TV One. Mereka diatur untuk muncul di layar pada waktu yang telah ditentukan dan menyampaikan berita menggunakan skrip yang telah disiapkan sebelumnya. Untuk menghasilkan *news presenter* AI yang mirip dengan *presenter* berita manusia, proses ini membutuhkan kerja tim yang terdiri dari insinyur perangkat lunak, spesialis AI, ahli suara, pengembang konten, dan desainer grafis.

Selanjutnya, selain dipandang dari sisi-sisi negatif dalam penggunaan *news presenter* AI seperti yang telah disebutkan sebelumnya, kedua informan memiliki beberapa alasan lain mengenai keputusannya berada dalam *negotiated position*

1)) Alasan lain Informan memilih ada dalam *negotiated position*:

Menurutnya, AI itu sangat menarik, sangat berkembang pesat, tetapi tetap terbatas jika dibandingkan dengan manusia

“kalau menurut saya AI itu perkembangan teknologi yang luar biasa ya, jadi ee.. namanya teknologi itu membantu pekerjaan atau aktivitas manusia sehingga segala sesuatu itu menjadi lebih efisien, lebih cepat, lebih tepat gitu.. dengan bantuan teknologi, tapi.. tentu segala sesuatu yang baru itu, apalagi alat.. itu pasti ada plus minusnya gitu..

plusnya ada.. minusnya juga ada.. kalau plusnya mungkin.. ee.. kreatifitas untuk perkembangan teknologinya jauh lebih meningkat karena ada AI, terus waktu dalam mengerjakan sesuatu atau outputnya lebih menarik gitu.. waktunya lebih singkat.. bisa jadi.. tapi tentu saja yang namanya alat atau teknologi itu ee.. ya.. sekali sekali mungkin ada errornya bisa jadi.. jadi perlu diperhitungkan plus minusnya itu.. bukan hanya plusnya tapi juga minusnya gitu.. tapi saya sih melihat ini sesuatu yang positif ya karena sesuatu yang baru dan bisa dikembangkan gitu..”

“Kalau untuk program program atau informasi informasi tertentu ee.. menggunakan AI tentu menarik karena tampilannya bagus ya.. cuma untuk program program lain yang memang membutuhkan ee.. apa ya.. empati terus respon yang cepat gitu.. itu kayaknya sih menurut saya agak susah.. jadi saya ee.. mungkin ada di posisi netral, tidak menolak tapi juga tidak bisa menerima secara utuh gitu karena jujur saja ee.. AI itu sangat menarik, sangat berkembang pesat, tetapi tetap terbatas jika dibandingkan dengan manusia.. gitu”

“saya nyawa teknologi, saya ga anti perkembangan teknologi, jadi saya sangat.. sangat apa ya.. mengapresiasi gitu

perkembangan teknologi, apalagi ini dibuatkan oleh orang-orang yang pasti piawai di bidangnya gitu ya, saya aja ga paham gimana cara bikinnya gitu, cuman ya itu tadi, ada keterbatasan ya tetep ada plus dan minusnya, jadi saya ga anti tapi juga rasanya sih belum kebayang gitu ya.. secara seratus persen kalau *news presenter* AI itu bisa menggantikan *presenter* yang sebenarnya gitu. Karena kalau ngomongin soal menginformasikan sesuatu, setiap berita itu kan ada nyawanya gitu, ada isinya gituloh, jadi kalau nyawa itu tidak dibawakan secara utuh, agak sulit juga untuk diterima dengan utuh oleh pemirsa.. kalau menurut saya ya.. dalam pandangan saya gitu.. jadi kalau hal-hal yang dibaca masih secara umum sih oke oke aja tapi ee.. kalau khusus dan butuh nyawa ee.. agak deep gitu.. kayaknya sih belum, sampai sekarang..”

Informan P memposisikan dirinya berada di posisi netral karena ia tahu bahwa ia tidak bisa melawan perkembangan teknologi, namun di sisi lain ia merasa belum yakin seratus persen kalau *news presenter* AI dapat menggantikan *presenter* yang sebenarnya, ia menjelaskan bahwa baginya setiap berita memiliki nyawa dan mengandung isi, sehingga cara membawakan berita harus benar-benar

diperhatikan agar pemirsa juga dapat menerima isi berita secara utuh.

Selain sisi sisi negatif yang telah disebutkan di atas, informan kunci P juga menambahkan

“hmm.. kebetulan saya orangnya agak manual ya, jadi saya lebih suka.. ya walaupun effort ya ee.. lebih suka langsung gitu karena saya ee.. sebagai *news*.. kadang kadang berperan sebagai *news presenter*, kadang kadang berperan sebagai *news anchor*.. di program program tertentu saya hanya membacakan.. membawakan berita.. tetapi di program program tertentu saya memproduksi dan juga membawakan juga beritanya.. jadi ee.. buat saya kalau berita yang saya buat, diwakilkan oleh orang lain.. saya ga bisa briefing nih “eh.. nanti bawainnya kayak gini ya..” kayaknya kurang deh.. gitu.. jadi.. apalagi kalau saya bisa bawakan sendiri ya, jadi tau tuh mana yang harus di bold, mana yang harus dikasih ekspresi seperti ini, atau misalnya gaya baca ee.. agak teasing kan ada ya.. jadi kayak.. kayak.. ee.. naskah berita tuh ada yang.. yang..

misalnya ngomongin kuliner gitu.. ee.. kayak *i try to tease my audience to eat that food* misalnya.. jadi aku tau tuh gimana caranya kasih ekspresi yang “kayaknya nih orang harus makan dan dia akan makan atau cari ee.. kuliner ini” gitu, kalau AI sepertinya mengkondisikan sedetil itu belum gitu.. jadi ya.. gitulah kurang lebih. karena secara utuh ee.. saya tau apa yang mau saya sampaikan dan saya menyampaikan sesuai dengan ee.. maksimal *effort* yang saya bisa beri gitu..”

Menurut informan kunci P yang merupakan seorang TV Jurnalis di MNC media yang sudah berkecimpung dalam bidang jurnalis sejak 10 tahun lalu ini lebih memilih untuk dapat membawakan berita dengan dirinya sendiri, sebagai *news anchor* maupun *news presenter*. Jika berita yang materinya ditulis sendiri sedangkan pembacaan berita diwakilkan oleh orang lain, ia merasa kurang puas karena orang lain tentu tidak bisa memenuhi sebagaimana yang menjadi

ekspektasinya. Terlebih lagi dengan AI, menurutnya, AI yang menggantikan *news presenter* tidak akan bisa memaksimalkan *effort* yang biasa dilakukan oleh *news presenter* pada umumnya, sedangkan berita itu sendiri memiliki nyawa yang di mana sudah jelas menjadi tugas seorang *news presenter* untuk dapat menyalurkan nyawa berita tersebut agar tepat tersampaikan kepada audiens. Ditambahkan oleh informan kunci P, bahwa sebenarnya terdapat perbedaan makna dari *news presenter* dengan *news anchor* sebagai berikut,

“Sebenarnya kalau di Indonesia ya, penyebutan itu tuh ee.. agak rancu karena sering kali disamakan gitu, tapi pada dasarnya *news anchor* itu biasanya digunakan untuk ee.. orang yang membuat berita dan memproduksi berita itu juga dan membawakannya, jadi dia sebagai *anchor* gitu. Kalau *news presenter* ya dia hanya me-present, belum tentu dia membuat gitu.. makanya ee.. dua istilah ini sebenarnya kadang kadang

rancu dipakai di Indoensia. tapi sebenarnya arti dasarnya seharusnya seperti itu..

Penyebutan *news presenter* dan *news anchor* di Indonesia masih sering disamakan, namun pada kenyataannya, keduanya memiliki pemaknaan yang berbeda. Pada dasarnya *news anchor* itu biasa digunakan untuk seseorang yang membuat berita dan memproduksi berita serta membawakannya sendiri. Berbeda dengan *news presenter* yang hanya menyampaikan berita dan belum tentu berita tersebut merupakan hasil buaatannya. Kedua penyebutan *news presenter* dan *news anchor* masih rancu untuk digunakan di Indonesia karena masih sering salah diartikan menurut informan kunci P.

2) *Dominant Hegemonic Position*

Dari hasil wawancara, dua informan yaitu informan S dan infroman A berada dalam *dominant hegemonic position*. Sesuai dengan tanggapan mereka, mereka dapat menerima kehadiran AI sebagai *News presenter* TV One dengan baik karena kehadiran merupakan satu satunya program televisi yang *aware* dan *up-to-date* dengan perkembangan teknologi serta *trend* AI saat ini.

“kalau di TV One sih ya gapapasih soalnya di Indo, TV One itu kayak the first Indonesian TV yang *news anchor*nya pake AI sih.. ee..

good inovation sih.. sebelumnya kan belum ada kan.. paling yang editan-editan gitu..“

“ee.. soalnya di Indonesia TVnya bosen.. yakan.. semua stasiun televisi semuanya pake *human*.. kayak mereka tidak berinovasi misalkan kayak pakai gambar-gambar, sedangkan TV One ini kayak mereka *follow the trend* gituloh.. kayak.. yang duluan pake ini.. tapi pasti.. ee.. *as time flies*.. pasti semua orang bakal ikutin pake AI itu sih.. tapi sekarang kan tetep ada kan.. eh, dia masih pake *human* kan *but they got their own account right*”

“ee.. kalo pake AI di dunia *Broadcasting and journalism* sih harusnya *there is a pro.. pro and cons* ya.. pro nya tuh kayak ee.. AI itu for *automation*, jadi kayak ee.. lebih mengurangi kesalahan-kesalahan dari pegawai-pegawai yang biasa ngelakuin pekerjaan itu, kayak contohnya kayak misalkan, ee.. dia biasanya tulis teks atau segala macam, jadi kalau pakai AI kayak *the AI* bisa *detect* kesalahannya kan, tapi juga.. kalau semua pake AI, ada impactnya sih.. kayak bad impact gitu sih.. kayak.. satu, jobnya ilang.. yakan.. kayak maksudnya kayak jobnya nanti ilang, terus em.. ee.. apalagi ya.. job jobnya ilang, terus kayak orang Indonesia itu cepet bosenan ga sih.. jadi kayak percuma aja walaupun ada AI, tapi kan AI itu cuma gitu gitu doang kan, kayak *very*.. bisa formal bisa informal sih.. tapi orang Indonesia bakal kayak.. ih bosen, kayaknya mendingan manusia beneran daripada *artificial intelligence*, tapi.. tapi ada juga yang kayak AI.. menganggap AI itu kayak *help them* gitu loh, jadi kayak misalkan.. ee.. tulis headline nya, lebih mungkin ada yang bakal lebih kreatif, lebih bagus daripada manusia gitu..

Informan S mengatakan bahwa kehadiran *news presenter* AI ini sebenarnya sangat membantu proses produksi orang-orang dibalik layar televisi. Baginya, *news presenter* AI ini merupakan bentuk dari inovasi baru sehingga masyarakat Indonesia yang

cenderung mudah untuk merasa bosan akan melihat hal ini sebagai suatu hal baru yang menarik. Hal ini juga dapat menjadi poin plus untuk Indonesia yang dapat memanfaatkan penggunaan AI karena hal ini merupakan suatu inovasi teknologi yang mendorong adanya kemajuan bangsa. Meskipun begitu, Informan S di sisi lain mengatakan bahwa tetap akan ada pro dan kontra dalam penerimaan inovasi ini

“Ada pro sama cons, terus sometimes, human itu butuh empati sih.. butuh simpati.. kayak butuh human feeling, kalo AI kan kelihatan banget ya kayak robot, cuman bentuknya kayak manusia gitu ka, ga punya feeling gitu..”

Ia mengatakan bahwa audiens/pemirsa/penonton juga membutuhkan perasaan/*feelings* yang sebenarnya hanya dapat dirasakan antar sesama manusia, berbeda dengan AI yang pembawaannya terkesan kaku. Sama seperti Informan A, menurutnya akan tetap ada pro dan kontra, ada sisi positif dan sisi negatif, sebagaimana dikatakan

“Kalo menurut gua sih, ee.. penggunaan AI untuk ee.. *news anchor* itu, lumayan positif ya kedepannya, karena ee.. dampak ee.. yang terjadi kalo menggunakan AI itu akan mengurangi sedikit kesalahan dari si pembaca beritanya, jadi lebih ke arah positif kalo menurut gua”

“ee.. kalau gua liat ee.. waktu TV One itu pake AI untuk *news anchor* itu memang ada sisi negatifnya, kayak misalkan ee.. lahan pekerjaan manusia itu menjadi kurang. Tapi ee.. dibandingkan dengan sisi negatifnya, sisi positifnya itu jauh lebih banyak, seperti ee.. kesalahan *error* pada manusia itu akan berkurang karena AI itu sudah diprogram dari sebelumnya dan juga untuk *news anchor* itu kan ee.. butuh intonasi dalam pembacaan berita dan kalo untuk menggunakan AI.. ya.. suara, intonasi itu bisa konsisten

gitu loh.. dan lebih baik, kalo menurut gua.”

Sisi negatif ini juga dinyatakan oleh kedua informan yang berada di *negotiated position* yaitu Informan Kunci P dan Informan F sebelumnya, tetapi disini dapat dilihat bahwa Informan A dapat lebih menerima dan menoleransi akan sisi negatif tersebut karena masih terdapat banyak sisi positif lainnya sehingga dapat dikatakan bahwa sisi positif akan tetap lebih unggul.

Ditambahkan lagi oleh Informan S bahwa, audiens memiliki *preference* masing masing, tidak semua program televisi dapat digantikan oleh AI melainkan harus secara bertahap sebagai tanda pengenalan hadirnya AI di Indonesia

“*everyone* punya *preference* masing masing kan, apalagi kayak yang udah old generation gitu kayak ngeliat, “ih apasih”, okelah awalnya mereka kayak admire.. kayak.. “wah keren nih”, tapi lama lama pasti mereka bosan, terus ga bisa ke semuanya gitu loh.. kan ga mungkin kayak misalkan okelah.. misalkan ada bencana gitu.. kita pake AI.. kayak dari jauh dari internet tapi orangnya ga ada disitu, *humans need feelings* yang itu tadi yang aku bilang butuh simpati, empati kan.. jadi kayak *not fully* semua program itu bisa, jadi kalo Indonesia mau pake AI itu kayaknya harus bertahap gitu, ga bisa langsung semuanya AI.. kasian juga kan yang udah biasa kerja di TV terus tiba tiba *jobnya* ilang gara-gara AI..”

Selaras dengan pernyataan Informan S, Informan A mengatakan bahwa tidak semua program televisi dapat digantikan oleh AI:

“ee.. menurut gua mah belum bisa diterapin ke acara televisi semua, kayak contohnya ee.. misalkan program TV itu *talkshow*, kayak *talkshow* gitu kan ee.. ngobrol antara dua orang atau lebih, nah itu kalau misalkan menggunakan AI masih terasa kayak kurang gitu loh.. dari secara tontonannya, ataupun obrolannya, karena

kalau pake manusia itu ma.. aa.. obrolannya tuh masih bisa dikembangkan, sedangkan kalo ee.. AI itu ya.. dari program.. harus diprogram untuk bisa mengembangkan”

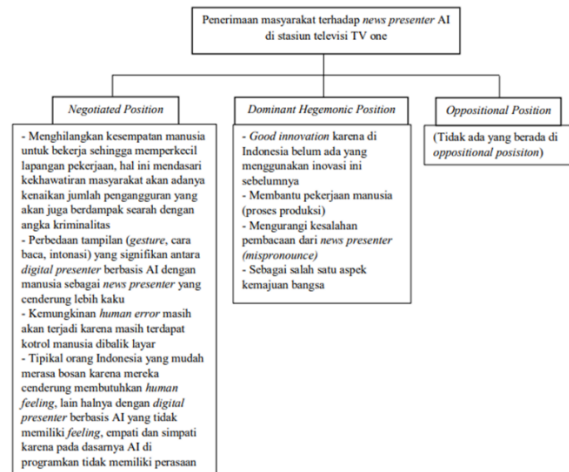
“tapi.. kalau untuk *talkshow* misalnya, sepertinya agak sulit, karena *talkshow* itu kan ee.. seorang *news anchor* memberi respon ya, dari narasumber atau menanyakan sesuatu yang kadang kadang perlu ditindaklanjuti dengan pertanyaan pertanyaan berikutnya sesuai dengan jawabannya narasumber, nah apakah AI bisa melakukan itu, *so far* sih belum.. tapi saya sih ee.. optimis bahwa AI tidak bisa menggantikan *news presenter* yang sebenarnya dalam hal ini.. begitu”

Baginya terasa kurang cocok jika AI diterapkan untuk program televisi lain selain program acara berita karena perbincangan pada program acara lain membutuhkan *feedback* yang harus dikembangkan oleh lawan bicara sedangkan AI harus melewati proses pemrograman terlebih dahulu sebelum akhirnya dapat mengembangkan suatu topik yang sedang diperbincangkan, contohnya *talkshow*.

Dari hasil temuan yang dijabarkan oleh peneliti seperti di atas, terdapat dua posisi berbeda yaitu *dominant hegemonic position* dan *negotiated position*. Namun mereka yang menerima dan menolak memiliki alasan yang sama. Untuk mereka yang menerima, mereka dapat menerima kehadiran *news presenter* AI di TV one dan AInya itu sendiri tetapi juga mengetahui akan sisi sisi negatif yang dapat mengancam dan juga kekhawatirkan mereka akan perkembangan teknologi. Untuk mereka yang menolak, mereka tidak menolak secara mentah mentah karena mereka tahu bahwa mereka tidak bisa melawan perkembangan teknologi, melainkan adanya kekhawatiran dalam diri mereka pada hilangnya sebuah mata pencaharian/profesi yang sebelumnya dijalankan oleh manusia akan menjadi tergantikan oleh teknologi sepenuhnya. Walaupun begitu mereka juga tidak bisa menerima secara utuh karena mereka belum

yakin bahwa *news presenter* AI dapat menggantikan *Presenter* yang sebenarnya.

Dari temuan-temuan penelitian yang telah didapatkan dengan pengumpulan data melalui *in-depth interview*, peneliti menemukan beberapa temuan sebagai jawaban atas permasalahan pada topik penelitian ini. Secara keseluruhan, skema dibawah ini dapat menunjukkan temuan-temuan yang telah didapatkan dari penelitian ini.



Gambar 1. Skema Temuan Penelitian (Olahan Penelitian, 2023)

Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan, terdapat dua posisi dalam menanggapi kehadiran inovasi teknologi kecerdasan buatan (AI) sebagai *news presenter* di stasiun televisi TV One. Dua posisi yang dimaksud adalah *dominant hegemonic position* dan *negotiated position*. Pada *dominant hegemonic position*, dua diantara keempat informan sepenuhnya menerima inovasi baru stasiun televisi TV One dalam memanfaatkan kecerdasan buatan (AI) sebagai *news presenter*. Sedangkan dua informan lainnya berada di *negotiated position* karena mereka tidak bisa menolak namun juga tidak bisa menerima secara utuh karena adanya kekhawatiran atas adanya ancaman atau sisi negatif yang mengancam dan mungkin akan membahayakan di masa yang akan datang. Jadi, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *news presenter* stasiun televisi TV One dapat diterima oleh para informan, meskipun masih

perlu untuk memperhatikan sisi negatif atau ancaman yang memungkinkan untuk terjadi.

Penerimaan oleh para informan ini terjadi karena memiliki sisi-sisi positif yang lebih dominan dan lebih bermanfaat ketimbang sisi negatifnya. Teknologi *digital presenter* berbasis AI sebagai *news presenter* merupakan sebuah inovasi yang menarik karena sebelumnya di Indonesia belum ada yang menggunakan serta memanfaatkan inovasi ini di bidang *broadcasting and journalism* maupun bidang yang lainnya. Selain itu, kehadiran inovasi ini juga dapat membantu untuk mempersingkat proses produksi yang di mana dengan adanya hal ini secara otomatis membantu pekerjaan manusia. Selanjutnya, alasan positif lainnya adalah dengan memanfaatkan AI yang telah diprogramkan untuk menjadi *news presenter* TV One, maka tingkat kesalahan pembacaan berita pada program acara berita televisi TV One lebih minim. Alasan terakhir yang menjadi hal terpenting dari kehadiran inovasi teknologi AI sebagai *news presenter* ini adalah sebagai salah satu aspek kemajuan bangsa.

Sedangkan dari sisi negatifnya, dapat dilihat bahwa dengan inovasi teknologi AI ini dapat menghilangkan kesempatan manusia untuk bekerja sehingga memperkecil lapangan pekerjaan, hal ini mendasari kekhawatiran masyarakat akan adanya kenaikan jumlah pengangguran yang akan juga berdampak searah dengan angka kriminalitas. Dalam kaitannya dengan *News presenter* TV One AI, dapat terlihat adanya perbedaan tampilan (*gesture*, cara baca, intonasi) yang signifikan antara *digital presenter* berbasis AI dengan manusia sebagai *news presenter* yang cenderung lebih kaku. Kemudian kemungkinan *human error* masih akan terjadi karena masih terdapat kontrol manusia dibalik layar. Selain itu, tipikal orang Indonesia yang mudah merasa bosan karena mereka cenderung membutuhkan *human feeling*, lain halnya dengan *digital presenter* berbasis AI yang tidak memiliki *feeling*, empati dan simpati karena pada dasarnya AI diprogramkan tidak memiliki perasaan.

Kehadiran *news presenter* AI TV One ini menuai pro dan kontra dari kedua sisi positif dan maupun sisi negatifnya. Hal tersebut

mendasari alasan dan menjadi pertimbangan masyarakat berada di posisi menerima maupun menolak. Diluar dari pemetaan individu yang menerima dan menolak, masyarakat sebenarnya telah menyadari bahwa mereka tidak dapat menghindari maupun melawan perkembangan teknologi melainkan kekhawatiran mereka akan hilangnya mata pencaharian atau profesi yang sebelumnya dijalankan oleh manusia akan menjadi tergantikan dengan teknologi sepenuhnya. Masyarakat yang berada di *dominant hegemonic position* mengetahui bahwa dengan menerima perkembangan teknologi, mereka harus tetap sadar akan sisi negatif yang dapat menjadi sebuah ancaman di masa depan. Sama halnya dengan mereka yang berada di *negotiated position*, mereka menyadari adanya pro dan kontra akan perkembangan teknologi, sehingga mereka sebenarnya dapat menerimanya secara utuh namun juga tidak menolak secara mentah mentah.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa para informan dapat menerima kehadiran inovasi teknologi kecerdasan buatan (AI) sebagai *news presenter* di stasiun televisi TV One. Namun penggunaan *digital presenter* berbasis AI tidak dapat sepenuhnya menggantikan *news presenter* yang sebenarnya (manusia) secara utuh. Untuk itu, pemanfaatan kecerdasan buatan di Indonesia dapat dilakukan secara bertahap dari satu bidang ke bidang lainnya sebagai bentuk tanda pengenalan hadirnya kecerdasan buatan di Indonesia agar masyarakat juga bisa beradaptasi mengikuti jaman seiring dengan berjalannya waktu. Bertahap dalam hal ini dimaksudkan untuk memberi edukasi kepada masyarakat mengenai apa itu kecerdasan, bagaimana cara kerja kecerdasan buatan. Tidak hanya edukasi mengenai kecerdasan buatan saja tetapi dapat juga berkaitan dengan contoh penggunaannya yang telah diterapkan di Indonesia yaitu penggunaan kecerdasan buatan sebagai *news presenter* TV One itu sendiri, seperti, strategi-strategi TV One menjadi stasiun televisi pertama di Indonesia yang berani berinovasi untuk memanfaatkan kecerdasan buatan dalam program acaranya. Edukasi seperti ini akan memperluas pengetahuan masyarakat, agar masyarakat tidak lagi pasif terhadap perkembangan teknologi melainkan ikut

menggunakan dan memanfaatkan kecerdasan buatan sebagai suatu hal yang positif dan berguna untuk kehidupan, sehingga masyarakat Indonesia dapat lebih memperhatikan dan menyadari akan perkembangan teknologi yang terus berkembang dan berinovasi tiada henti. Tidak hanya edukasi mengenai kecanggihan dan manfaat dari kecerdasan buatan tetapi juga edukasi mengenai sisi-sisi negatif yang mungkin justru akan menjadi suatu *boomerang* atau ancaman di kemudian hari. Pada dasarnya, teknologi akan mengorbankan manusia, karena perkembangan teknologi itu sendiri tidak dapat dihindari oleh manusia dan manusia mau tidak mau harus beradaptasi mengikuti perkembangan sehingga dapat mendorong kemajuan bangsa terutama di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Ajif, P. (2013). Pola Jaringan Sosial pada Industri Kecil Rambut Palsu di Desa Karangbanjar, Kecamatan Bojongsari, Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Penelitian*, 31–40. [https://eprints.uny.ac.id/18100/5/BAB III 09.10.033 Aji p.pdf](https://eprints.uny.ac.id/18100/5/BAB%20III%2009.10.033%20Aji%20p.pdf)
- Ali, W., & Hassoun, M. (2019). Artificial Intelligence and Automated Journalism: Contemporary Challenges and New Opportunities. *International Journal of Media, Journalism and Mass Communications*, 5(1), 40–49. <https://doi.org/10.20431/2454-9479.0501004>
- Astuti, Y. D. (2020). *Wajah Opini Publik di Media Massa*.
- Basri, A. I. (2022). *Bahan Ajar Ekonomi Kreatif. 1*, 1–153.
- Disemadi, H. S. (2021). Urgensi Regulasi Khusus dan Pemanfaatan Artificial Intelligence dalam Mewujudkan Perlindungan Data Pribadi di Indonesia. *Jurnal Wawasan Yuridika*, 5(2), 177. <https://doi.org/10.25072/jwy.v5i2.460>
- Galloway, C. (2022, September 13). *The impact of digital technology and artificial intelligence on human communication*. Getting attention in a Covid-Chaotic world : Digital approaches and more [Paper presentation]. International General Lecture Magister Ilmu Komunikasi Universitas Brawijaya, Malang, Jawa Timur, Indonesia.
- Gora, R., & Budiana, A. (2019). Political Branding Partai Gerindra Dalam Era New Media 2.0 (Studi Kasus Political Branding Partai Politik Gerindra Melalui Web Media Digital Online). *Universitas Satya Negara Indonesia*, 0, 17–33.
- Hadi, S. (2019). Manajemen Sarana dan Prasarana Penjasorkes di SD Negeri Kota Bengkulu. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 57.
- Hazlin Falina, R. (2020). Sikap penerimaan masyarakat terhadap program televisyen bual bicara berbahasa Inggeris di Malaysia. *Jurnal Kesidang*, 5, 180–189.
- hidayat fahrul, D. (2023). *Peran Ai Terhadap Kinerja Industri Kreatif Di Indonesia*. 2(7), 31–41.
- Hidayat, R. (2015). Analisis Manajemen Penyiaran Di Era Teknologi Informasi (Konvergensi Media). *E-Journal Universitas Paramadina*, 01(01), 1–19.
- Imran, H. A. (2013). Media Massa, Khalayak Media, The Audience Theory, Efek Isi Media dan Fenomena Diskursif. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 16(1), 47. <https://doi.org/10.31445/jskm.2012.160103>
- Jamaaluddin, & Indah, S. (2021). Buku Ajar Kecerdasan Buatan. *Umsida Press*, 121.
- Jaya, H., Sabran, D., Pd, M., Ma, M., Djawad, Y. A., Sc, M., Ilham, A., Ahmar, A. S., Si, S., & Sc, M. (2018). Kecerdasan Buatan. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Koricanac, I. (2021). Impact of AI on the Automobile Industry in the U.S. *SSRN Electronic Journal*, June. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3841426>
- L.Toruan, N. T. (2021). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Pembawa Acara Berita Terbaik Menerapkan Metode OCRA. *Bulletin of Computer Science Research*, 1(3), 71–78.
- Landri, P., Suyanto, & Yasir. (2018). *Konvergensi Media Harian Metro Riau Dalam Menghadapi Persaingan Industri Media. 1*, 1–14. <https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/7345/6453>
- Liliana, D. Y., Nalawati, R. E., Warsuta, B., Teknik, J., Jakarta, P. N., Pertanian, F., & Brawijaya, U. (n.d.). *Kajian*

- Pemanfaatan Teknologi Artificial Intelligence Generatif dalam Aktivitas Akademik di Politeknik Negeri Jakarta.* 2(1), 523–533.
- Louhenapessy, M. C. K. (2016). Strategi Manajemen Produksi Program Berita Detak Melayu Di Riau Televisi. *Jurnal JOM FISIP*, 3(1), 1–15.
<https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/9313>
- Luik, J. (2020). Media Baru Sebuah Pengantar. *Ilmu Komunikasi*, 152hlm.
http://repository.petra.ac.id/19444/3/44_Publikasi1_06002_6825
- Ma, H. V., & Dennis, A. R. (2024). *Who Sells Better ? Digital Human Presenter Versus Cartoon AI Presenter in. 1*, 3947–3956.
- McCarthy, J. (1985). What Is Artificial Intelligence Anyway. *American Scientist*, 73(3), 258.
- McQuail, D. (2010). *Denis McQuail - McQuail's Mass Communication Theory (2010, SAGE Publications Ltd) - libgen.*
- Miao, F., Kozlenkova, I. V., Wang, H., Xie, T., & Palmatier, R. W. (2022). An Emerging Theory of Avatar Marketing. *Journal of Marketing*, 86(1), 67–90.
<https://doi.org/10.1177/0022242921996646>
- Mukrimaa, S. S., Nurdyansyah, Fahyuni, E. F., YULIA CITRA, A., Schulz, N. D., غسان, د., Taniredja, T., Faridli, E. M., & Harmianto, S. (2016). Metode Penelitian Kualitatif. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6, Issue August).
- Nofi, & Trijayanto, D. (2017). Motif Eksistensi melalui Penggunaan Hashtag (#OOTD) di Media Sosial Instagram. *Promedia*, 3(Motif Eksistensi), 252–273.
- Putri, D.A. (2024). Pemanfaatan artificial intelligence (AI) dalam pemberitaan TV One melalui akun youtube @TV One AI. Skripsi. Universitas Nasional
- Ridwan, D & Heikal, J. (2023). Application of artificial intelligence (AI) in television industry management strategy using grounded theory analysis: A case study on TV One. *Japendi*, vol 4 no. 9, 918-929,
<https://doi.org/10.59141/japendi.v4i9.2196>