

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di era globalisasi sekarang membuat semua platform harus terus melakukan inovasi agar tidak termakan zaman. Hal tersebut pun berdampak pada kegiatan yang melakukan pekerjaan jurnalistik seperti media massa. Berbanding lurus dengan hal itu, maka pelaku media pun melakukan berbagai macam cara dan strategi demi menarik minat pembaca yang semulanya hanya di konvensional saja sekarang sudah mulai beralih ke digital. Oleh karena itu, dalam beberapa tahun terakhir, media pun mulai mengembangkan teknologi untuk memproduksi berita secara cepat dengan penggunaan algoritma (Graefe, 2016, p. 9).

Penggunaan algoritma untuk memproduksi berita secara otomatis dimulai oleh kantor berita *Associated Press* pada tahun 2014. Pada saat itu, *Associated Press* yang bekerja sama dengan salah satu perusahaan *startup* yakni *Automated Insight* berhasil memproduksi artikel laporan keuangan perusahaan dengan teknologi *Artificial Intelligence* (AI). Selain AP, media lain yang mulai menggunakan algoritma untuk memproduksi berita secara otomatis adalah media daring asal Amerika Serikat yakni *Los Angeles Times*. Saat terjadi gempa bumi di Los Angeles, *LA Times* adalah media pertama yang mempublikasikan berita tentang gempa tersebut dengan waktu hanya tiga menit (Taibi, 2014, para. 2). Berita tersebut dibuat oleh program bernama *Quakebot* yang dirancang oleh wartawan dan

programmer komputer *Los Angeles Times* yaitu Ken Schwencke. Selain kedua perusahaan media tersebut, masih ada beberapa media lainnya yakni *Forbes*, *The New York Times*, dan *ProPublica* yang telah mulai mengotomatiskan konten beritanya.

Namun, setelah melalui proses yang panjang dan pengembangan yang pesat, penggunaan algoritma tidak hanya dapat membuat ribuan berita, tetapi juga dapat melakukannya lebih cepat, murah, dan berpotensi memiliki kesalahan lebih sedikit daripada jurnalis manusia (Graefe, 2016, p. 9).

Berangkat dari fenomena itu, teknologi penggunaan algoritma tersebut pun mulai dikenal dengan nama robot jurnalistik. Robot jurnalistik adalah program yang dapat memproduksi tulisan secara otomatis tanpa melibatkan manusia (Latar, 2015, p. 66). Kemampuan menghasilkan tulisan tersebut dilakukan secara otomatis dengan mengumpulkan dan menyaring informasi dari bank data kemudian diolah menjadi sebuah berita komplit oleh robot jurnalistik.

Dengan teknologi yang canggih tersebut, proses adaptasi dan manajemen redaksi yang telah terbentuk pun tentunya akan mengalami perubahan dengan cara kerja jurnalis konvensional, hal tersebut didasari karena robot jurnalistik bersifat otomatis. Sehingga dalam penerapan teknologi tersebut, media perlu memiliki manajemen yang baik agar tujuan yang telah ditetapkan di awal dapat tercapai. Redaksi merupakan komponen yang penting dalam proses produksi berita baik dari tahap pra produksi, produksi, hingga pasca produksi.

Kehadiran robot jurnalistik tentu membuat kekhawatiran terhadap jurnalis konvensional yang menilai bahwa teknologi tersebut akan mengancam

pekerjaannya. Namun faktanya, dengan kehadiran robot jurnalistik tentu dapat meringankan cara kerja jurnalisisme tradisional yang perlu melalui tahapan yang cukup panjang untuk memproduksi sebuah berita. Semulanya, jurnalis yang harus terjun ke lapangan untuk mencari berita, mengumpulkan data dan fakta. Namun dengan teknologi tersebut, para jurnalis tidak perlu lagi untuk terjun ke lapangan secara langsung karena saat ini mereka lebih ditugaskan untuk mengkurator hasil tulisan yang diproduksi robot. Selain itu, apabila robot jurnalistik juga dapat diprogram secara benar maka potensi terkena bias dari pemberitaan tertentu pun semakin terhindar (Latar, 2015, p. 66).

Kemudian, alasan lainnya pun robot jurnalistik hanya dapat menghasilkan berita rutin untuk topik yang berulang dan mengikuti ketersediaan data (Graefe, 2016, p. 10). Sehingga, apabila data tidak tersedia di sumber data, maka robot jurnalistik tidak dapat memproduksi berita.

Di Indonesia sendiri, teknologi robot jurnalistik masih cukup asing di perusahaan media karena hanya ada satu media yang sudah menggunakan robot jurnalistik untuk memproduksi berita yaitu Beritagar.id yang sekarang beralih ke Lokadata.id. Dilansir dari laman *Republika*, Beritagar.id menjadi media pertama yang menggunakan teknologi robot jurnalistik. Bahkan, ada rubrik khusus bagi robot jurnalistik tersebut yang diberi nama 'Robotorial'. Rubrik robotorial tersebut memiliki delapan topik yang berisi informasi tentang harga emas, update COVID-19, gempa bumi, kualitas udara, prakiraan cuaca, pasar saham, prediksi pertandingan sepak bola, dan hasil pertandingan sepak bola.

Namun di antara delapan topik yang tersedia, salah satu topik yang menarik untuk diteliti oleh penulis adalah harga emas. Alasannya adalah karena harga emas memiliki ketersediaan data yang pasti dan setiap harinya dapat menunjukkan grafik yang berbeda-beda baik ketika naik, turun, atau pun stagnan. Selain itu, ada pun alasan lainnya terkait pemilihan topik tersebut yakni berdasarkan hasil temuan penulis, delapan topik yang terdapat di kanal robotorial Lokadata.id tidak semua topik memiliki jadwal rutin untuk menerbitkan berita, hal itu dapat terjadi karena disesuaikan kembali dengan kondisi yang terdapat pada topik tersebut. Seperti contoh topik gempa bumi, dalam topik tersebut, berita terkait gempa akan terbit apabila gempa terjadi di suatu daerah. Kemudian, untuk topik pasar saham, berita tersebut masih sepenuhnya ditulis oleh jurnalis ekonomi sehingga topik tersebut tidak dipilih karena tidak relevan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Selanjutnya, untuk topik prediksi dan hasil pertandingan sepak bola, berita yang dihasilkan oleh robot tersebut tidak diperbaharui lagi dalam setahun terakhir, sementara liga-liga sepak bola dunia sudah dimulai sejak itu. Sedangkan, untuk topik prakiraan cuaca, data, informasi, dan pesan yang ingin disampaikan dalam berita tersebut bersifat prediksi sehingga kebenarannya belum pasti. Lalu untuk topik kualitas udara, berita tersebut tidak memiliki jadwal yang pasti. Dan yang terakhir yaitu topik update COVID-19, berita tersebut sudah menjadi pemberitaan di mana-mana sehingga penulis memutuskan untuk tidak menggunakan topik tersebut sebagai subjek penelitian.

Selain alasan tersebut, penulis juga meyakini bahwa topik harga emas yang menjadi pilihan penulis untuk penelitian tersebut masih dapat dibilang jarang

khususnya untuk penelitian yang ada di Indonesia. Sehingga penulis ingin mengangkat topik yang baru yakni terkait proses produksi berita harga emas.

Selain itu juga, emas merupakan produk investasi yang sedang diminati masyarakat Indonesia sejak pandemi COVID-19 yang dianggap sebagai *safe heaven*. Hal tersebut dapat terjadi karena masyarakat Indonesia menilai bahwa emas merupakan produk investasi yang paling aman serta dapat menjadi alat lindung nilai di saat krisis. Hal itu dapat terbukti karena nilainya yang relatif stabil dan bersifat likuid serta mudah dijual-belikan di pasaran. Asumsi tersebut pun berbanding lurus dengan data dari PT Pegadaian (Persero) yang dikutip dalam artikel Antaranews, tentang jumlah rekening tabungan emas yang mengalami kenaikan setiap bulannya sebesar 0,95 persen, sedangkan *year to date* naik 15,76 persen, dan *year on year* naik 156,4 persen dibandingkan pada Juli 2019 (“Pegadaian: Investasi emas makin diminat masyarakat”, Antaranews, diakses pada 3 Mei 2021).

Namun dibalik alasan tersebut, ada hal lain yang menjadi sorotan dari berita harga emas yang diproduksi oleh robot jurnalistik yakni terkait peran jurnalis di ruang kerja redaksi yang semakin sedikit porsinya. Berita harga emas yang terdapat di laman *website* Lokadata.id tetap membutuhkan bantuan jurnalis manusia untuk memproduksi berita tersebut namun semua tahapannya hanya terjadi di awal produksi seperti membuat *template* yang akan digunakan robot untuk berita harga emas. Namun, secara garis besar dapat dikatakan bahwa robot jurnalistik perlahan mulai menggantikan peran jurnalis dalam memproduksi berita. Hal ini dapat terjadi karena robot jurnalistik didasarkan pada dua pilar yaitu perangkat lunak komputer yang secara otomatis mengambil dan mengekstrak data dari *big data* dan automasi

algoritma yang mengubah data tersebut menjadi cerita tanpa campur tangan manusia (Latar, 2015).

Dengan topik harga emas yang berbasikan data fluktuatif serta data yang pasti, maka tidak heran apabila semua berita harga emas yang ada di Lokadata.id diproduksi oleh robot jurnalistik. Namun dalam proses produksinya, berita harga emas dimulai dari judul hingga pola penulisan dari *lead*, *body*, dan *closing* ditulis oleh robot secara otomatis, sehingga penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut terkait berita harga emas yang ditulis oleh robot.

Dengan meneliti Lokadata.id, diharapkan peneliti dapat mengetahui bagaimana manajemen redaksi Lokadata.id dalam penerapan robot jurnalistik untuk memproduksi berita seputar harga emas, karena media daring yang ada di Indonesia belum mempunyai teknologi robot jurnalistik seperti Lokadata.id. Selain itu juga, mengingat investasi robot jurnalistik tidak murah dan memiliki biaya yang cukup besar untuk dapat menghadirkan program tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Mengkaji latar belakang yang dipaparkan, peneliti memutuskan untuk meneliti bagaimana manajemen redaksi Lokadata.id dalam penerapan robot jurnalistik untuk memproduksi berita seputar harga emas.

1.3 Pertanyaan Penelitian

- a. Bagaimana manajemen redaksi yang diterapkan Lokadata.id dalam penggunaan robot jurnalistik untuk memproduksi berita harga emas?
- b. Bagaimana proses produksi berita harga emas yang dilakukan robot jurnalistik di Lokadata.id?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana manajemen redaksi yang diterapkan Lokadata.id dalam penggunaan robot jurnalistik untuk memproduksi berita harga emas.

1.5 Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Akademis

Secara akademis, penelitian ini dapat dibilang jarang karena penelitian manajemen redaksi mengenai penerapan robot jurnalistik khususnya berita harga emas di Indonesia masih dibilang sedikit. Peneliti mengharapkan nantinya penelitian ini akan berguna sebagai panduan peneliti selanjutnya yang ingin meneliti hal yang serupa.

b. Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat membantu media yang ingin menggunakan teknologi robot jurnalistik untuk memproduksi berita.

c. Kegunaan Sosial

Secara sosial, penelitian ini diharapkan agar masyarakat dapat merasakan sebuah inovasi baru dalam pemberitaan.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Penelitian mengenai manajemen redaksi Lokadata.id menggunakan robot jurnalistik untuk memproduksi berita harga emas tidak dapat digeneralisasikan. Karena, keterbatasan media yang sudah menggunakan teknologi tersebut.