

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Semakin cepat dan masifnya perkembangan teknologi pada era digital saat ini membuat media dan jurnalis harus beradaptasi dalam bertransformasi dan menghadapi segala jenis disrupsi yang hadir di tengah industri media. Penelitian ini bertujuan untuk melihat peluang yang dimiliki oleh AI dalam memproduksi pemberitaan dengan mengulik persepsi dan tingkat kepercayaan audiens terhadap pemberitaan yang dihasilkan oleh AI dan membandingkannya dengan pemberitaan yang dihasilkan oleh jurnalis manusia. Sebab, bagaimana audiens—sebagai konsumen utama berita—menilai konten yang dihasilkan oleh AI adalah salah satu faktor terpenting bagi industri media. Apakah pembaca akan mau mengonsumsi konten-konten yang dihasilkan oleh AI akan menentukan sejauh mana teknologi ini dapat dan akan diaplikasikan di industri media (Wölker & Powell, 2021).

Penelitian yang dilakukan terhadap 400 responden yang berasal dari kelompok Generasi-Z di wilayah Jabodetabek ini menemukan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara persepsi dan tingkat kepercayaan pembaca terhadap pemberitaan yang dihasilkan oleh AI dan pemberitaan yang dihasilkan oleh jurnalis manusia. Menariknya, audiens justru cenderung memberikan penilaian yang lebih positif terhadap artikel berita yang dihasilkan oleh AI. Hasil ini pun selaras dengan sejumlah penelitian terdahulu yang dilakukan terhadap audiens dari berbagai negara berbeda (Clerwall, 2014; Wölker & Powell, 2021; Wu, 2020; Zheng et al., 2018).

Tidak adanya perbedaan yang signifikan antara persepsi dan kepercayaan pembaca terhadap berita yang dihasilkan oleh AI dan jurnalis manusia secara tidak langsung menunjukkan bahwa pembaca belum bisa membedakan konten yang dihasilkan oleh AI dengan konten yang dihasilkan oleh manusia. Atau mungkin, hal ini menandakan bahwa kemampuan AI dalam memproduksi berita sudah sama—atau bahkan melampaui—kemampuan manusia (Clerwall, 2014). Hal ini juga

bisa menjadi pertimbangan besar bagi industri media dalam segi ekonomi. Jika audiens bisa mendapatkan konten berita yang tak jauh berbeda dengan konten yang dihasilkan oleh jurnalis manusia, apa yang bisa menghalangi perusahaan-perusahaan media untuk tidak menggantikan tenaga manusia tersebut dengan teknologi AI? Nyatanya, pengaplikasian teknologi ini bisa saja lebih efektif, dari segi biaya dan waktu, dibandingkan harus membayar banyak tenaga kerja manusia (Clerwall, 2014; Graefe et al., 2018).

Penemuan dalam penelitian ini juga berbeda dari sejumlah temuan dalam penelitian terdahulu. Dalam penelitian ini, audiens menilai artikel berita yang dihasilkan oleh AI terasa lebih hidup, lebih dapat dinikmati, lebih menarik, dan lebih memuaskan dibandingkan artikel berita yang dihasilkan oleh jurnalis manusia. Penemuan ini jauh berbeda dengan Latar (2015) yang menemukan bahwa berita yang ditulis oleh AI terkesan membosankan dan pembaca lebih menikmati serta merasa puas dari membaca berita yang ditulis oleh jurnalis manusia.

Selain itu, dalam temuan Waddell (2016) pun, artikel berita yang ditulis oleh jurnalis manusia cenderung mendapat penilaian yang lebih positif dari pembaca dibandingkan dengan berita yang dihasilkan oleh AI. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa kualitas dari berita yang ditulis oleh AI justru mendapatkan penilaian lebih tinggi. Artikel yang dihasilkan oleh AI dinilai lebih jelas, koheren, komprehensif, ringkas, dan tertuliskan dengan baik secara keseluruhan. Tak hanya itu, berita yang ditulis oleh AI juga mendapat nilai *representativeness* yang lebih tinggi. *Representativeness* ini meliputi berita yang dimuat dalam artikel lebih penting, lebih informatif, lebih relevan, dan sesuai dengan waktu.

Jika AI mampu menyajikan berita yang relevan bagi audiens, bukan sebuah hal yang mengejutkan bila audiens memberikan penilaian—dalam konteks kredibilitas, kualitas, dan kepercayaan—yang sama tingginya dengan konten yang dihasilkan oleh manusia (Graefe et al., 2018). Bagi jurnalis dan praktisi media, penelitian ini bisa menjadi bukti nyata bahwa sesungguhnya teknologi AI sudah sangat berkembang dan cukup bersaing dengan kemampuan yang dimiliki oleh jurnalis manusia. Hasil penelitian ini, yang juga didukung oleh hasil-hasil serupa

dari penelitian terdahulu, secara tidak langsung mengonfirmasi nyatanya ancaman dan disrupsi yang disebabkan oleh kehadiran teknologi AI, baik disrupsi terhadap pola kerja media yang sudah ada saat ini maupun terhadap eksistensi manusia dalam profesi jurnalis (Graefe et al., 2018; Wölker & Powell, 2021; Wu, 2020; Zheng et al., 2018).

Tak ada-atau setidaknya belum ada-yang bisa memastikan apakah teknologi AI pada akhirnya akan mampu mengubah sepenuhnya atau bahkan mengeser total eksistensi manusia dalam industri media. Bagaimanapun juga, saat ini AI masih belum bisa berdiri sendiri. Hingga kini, jurnalisme AI dinilai masih efektif jika didampingi oleh kontribusi jurnalis manusia (Wölker & Powell, 2021). Dalam penelitian ini pun, data, fakta, dan informasi dalam artikel yang dijadikan sampel penelitian masih di-*generate* sepenuhnya berdasarkan sumber dari jurnalis manusia.

Meski begitu, tak dapat dimungkiri bahwa kualitas dari konten yang dihasilkan oleh AI terus mengalami peningkatan yang signifikan, didukung juga oleh semakin masif dan cepatnya perkembangan teknologi saat ini. Hal ini jelas akan semakin mendorong jurnalis manusia untuk tidak lengah dan harus mampu melampaui kemampuan itu, untuk dapat mempertahankan kedudukannya dan relevansinya di kursi *newsroom* (Graefe et al., 2018).

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini tak luput dari sejumlah keterbatasan dan kekurangan. Pertama, penelitian ini hanya berfokus pada kelompok dan golongan tertentu, yaitu Generasi-Z yang berdomisili di Jabodetabek. Artinya, sampel yang digunakan mungkin kurang mewakili jika dibandingkan dengan kondisi di seluruh Indonesia. Selain itu, sampel dalam penelitian ini juga tidak terbagi dalam proporsi yang seimbang antara daerah-daerah yang termasuk dalam Jabodetabek sehingga hasil temuan penelitian ini belum tentu bisa mewakili pandangan audiens di Jabodetabek secara akurat. Oleh karena itu, peneliti berharap ada penelitian selanjutnya yang bisa mencakup

audiens Indonesia secara lebih luas dan merata—tak hanya dari segi geografis, tetapi juga dalam cakupan kelompok usia yang lebih luas.

Kedua, penelitian ini menggunakan sampel berita yang mengangkat topik politik. Tak menutup kemungkinan, hasil dari penelitian ini akan berbeda pada penelitian yang menggunakan berita topik lain, yang mungkin lebih populer atau digemari di kalangan masyarakat luas.

Ketiga, penelitian ini hanya berfokus pada pandangan dan penilaian audiens selaku konsumen berita. Maka, penelitian selanjutnya diharapkan bisa mencakup perspektif lainnya, seperti dari sudut pandang jurnalis atau praktisi media yang berhadapan langsung dengan disrupsi dan ancaman yang ditimbulkan oleh AI.

5.2.2 Saran Praktis

Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi jurnalis, praktisi media, dan perusahaan media untuk beradaptasi dan melakukan transformasi agar dapat terus mempertahankan eksistensinya di tengah gencarnya perkembangan teknologi canggih. Tidak adanya perbedaan dalam penilaian kualitas antara pemberitaan yang dihasilkan oleh jurnalis manusia dengan pemberitaan yang dihasilkan oleh AI menjadi tamparan keras bagi jurnalis untuk lebih meningkatkan kualitas penulisan mereka agar tak tersalip oleh AI.

Selain itu, jurnalis juga tak boleh lengah dan harus bisa terus mengembangkan *skill* serta mempertahankan keunggulannya agar tak kalah saing dengan AI, terutama *skill-skill* yang sulit tergantikan oleh AI, seperti reportase mendalam, reportase investigasi, wawancara mendalam, dan sebagainya. Tentu, hal ini akan sulit tercapai tanpa adanya dukungan pelatihan dan pengembangan yang memadai dari institusi terkait ataupun pemerintah.