

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan kecerdasan buatan atau *artificial intelligence (AI)* telah mempercepat penggunaan *AI* di berbagai industri termasuk jurnalistik. *AI* kini telah diimplementasikan dalam media berita dan mengubah proses produksi berita. Menurut survei yang dilakukan oleh Polis, hampir tiga perempat organisasi media global menggunakan *AI* dalam proses *news gathering*, 90 persen dalam produksi berita, dan 80 persen dalam distribusi berita (Beckett & Yaseen, 2023, pp. 15-18). *AI* tidak hanya digunakan untuk menghasilkan artikel, tetapi juga menganalisis tren, memeriksa fakta, *proofreading*, membuat sistem rekomendasi yang dipersonalisasi untuk audiens, dan masih banyak lagi (Beckett & Yaseen, 2023, pp. 17-18).

Penggunaan *AI* oleh media berita sebenarnya bukan hal yang baru. Kantor berita ternama *Associated Press (AP)* sudah menggunakan *AI* untuk memproduksi *automated news* tentang laporan pendapatan perusahaan-perusahaan di Amerika Serikat sejak 2014 (*Associated Press*, n.d., para. 2). Implementasi *AI* tersebut membantu *AP* meningkatkan jumlah berita laporan pendapatan perusahaan dari sekitar 300 menjadi lebih dari 3.000 berita per kuartal (Graefe, 2016, p. 29). Selain *AP*, perusahaan media yang termasuk pengguna awal (*early adopters*) *AI* untuk memproduksi *automated news* adalah *Forbes*, *ProPublica*, dan *Los Angeles Times* (Graefe, 2016, p. 9).

Beberapa perusahaan media dari Korea Selatan dan China seperti *MBN*, *Arirang*, *BTV*, dan *CCTV* bahkan mengembangkan penggunaan *AI* mereka dengan menampilkan presenter berita *AI* (Newman, 2023, p. 38). Fenomena integrasi *AI* dalam ranah jurnalistik dialami pula oleh sebagian media berita di Indonesia. Media daring *Beritagar.com*, yang kini berganti nama menjadi *Lokadata*, menggunakan teknologi *AI* untuk memproduksi berita hasil pertandingan sepak bola sejak akhir 2017 (Amran & Irwansyah, 2018, p. 172). Kemudian, stasiun berita *tvOne* pun merilis media daring berbasis *AI* yang

disebut *tvOne.ai* dan menghadirkan presenter berita *virtual AI* pertama di Indonesia pada April 2023 (Giovanni & Ganinda, 2023, para. 5). *tvOne.ai* kini secara aktif menyiarkan berita menggunakan presenter virtual AI melalui Instagram.

Teknologi *AI* memang telah menyederhanakan berbagai proses kerja media sehingga memungkinkan jurnalis untuk lebih fokus pada tugas-tugas yang lebih kompleks (Beckett & Yaseen, 2023, p. 28). Namun, para jurnalis dari berbagai negara ternyata menunjukkan tanggapan berbeda mengenai implementasi *AI* di *newsrooms*. Jurnalis-jurnalis di media lokal Inggris cenderung menunjukkan sikap positif terhadap *AI* (Thasler-Kordonouri & Barling, 2023). Dalam penelitiannya, Thasler-Kordonouri & Barling (2023, p. 2) menganalisis persepsi dan pola kerja jurnalis media lokal dalam menggunakan jasa *RADAR*, penyedia *automated news* terbesar di Inggris, untuk memproduksi *automated news*.

Mayoritas jurnalis menyatakan bahwa penggunaan *RADAR* mempermudah publikasi berita yang lebih terpercaya, menjadi sumber inspirasi saat riset, mengembangkan cerita, dan memproduksi berita untuk memenuhi koran atau *website* media (Thasler-Kordonouri & Barling, 2023, p. 16). Selain itu, penggunaan *RADAR* dinilai meningkatkan kemampuan literasi data partisipan sehingga mereka memiliki pandangan yang positif untuk mencoba perangkat *news automation* lainnya (Thasler-Kordonouri & Barling, 2023, pp. 14-15). Pandangan jurnalis dalam penelitian Thasler-Kordonouri & Barling (2023) selaras dengan temuan Noain-Sanchez (2022, p. 110) terkait dampak *AI* dalam pekerjaan jurnalistik.

Dalam penelitian Noain-Sanchez (2022, p. 112), akademisi, praktisi media, dan ahli teknologi dari Jerman, Spanyol, Inggris, dan Amerika Serikat mengungkapkan bahwa penggunaan *AI* memudahkan proses pengolahan data, membuat pekerjaan jurnalis menjadi lebih efisien, dan meningkatkan jumlah berita berbasis data. Selain itu, praktisi media di China, salah satu negara terdepan dalam mengembangkan teknologi *AI* di ranah jurnalistik, juga menilai *AI* membantu jurnalis untuk tidak melakukan tugas yang sifatnya repetitif dan

memakan waktu seperti menggali informasi dari laporan-laporan dengan data yang banyak (Yu & Huang, 2021, pp. 10-11).

Sementara para jurnalis Pakistan memiliki pandangan yang negatif dibandingkan jurnalis Barat dan China (Jamil, 2020a). Para jurnalis Pakistan justru mengungkapkan rasa takut terhadap teknologi *AI* yang dianggap akan mengambil alih pekerjaan mereka dan juga mengurangi interaksi para jurnalis dengan audiens (Jamil, 2020a, pp. 12-14). Serupa dengan temuan Jamil (2020a), jurnalis media arus utama di Afrika Selatan juga menunjukkan sikap pesimisme serupa terhadap teknologi *AI*, yakni ketakutan akan kehilangan pekerjaan akibat *AI* (Munoriyarwa, et al., 2023, pp. 1386-1387). Selain itu, mereka juga menganggap *AI* tidak akan bisa mencerminkan peran jurnalis sebagai pilar keempat demokrasi karena mesin dinilai tidak dapat berpikir, merasakan emosi, dan tidak kreatif dalam menyelaraskan temuan dari berbagai sumber ke dalam sebuah cerita (Munoriyarwa, et al., 2023, p. 1387).

Keberagaman pandangan jurnalis dari berbagai negara mengenai integrasi *AI* menunjukkan betapa pentingnya untuk memahami pula pandangan jurnalis di Indonesia tentang *AI*. Sebab, berbagai penelitian sebelumnya cenderung lebih banyak fokus ke media di negara-negara Barat seperti Inggris, Jerman, Spanyol, Amerika Serikat, Portugal, Norwegia, dan Swedia (Canavilhas, 2022; Fridman et al., 2023; Milosavljevic & Vobic, 2019; Noain-Sanchez, 2022; Olsen, 2023; Schapals & Porlezza, 2020; Stenbom et al., 2021; Thasler-Kordonouri & Barling, 2023; Thurman, et al., 2017). Meski terdapat penelitian yang mengalihkan perhatiannya ke negara Asia, negara yang diteliti cenderung memiliki skala ekonomi yang besar dan perkembangan teknologi yang maju selayaknya negara-negara Barat (Jung et al., 2017; Yu & Huang, 2021). Merujuk pada penjelasan tersebut, maka penting untuk menelusuri pandangan jurnalis di Indonesia yang integrasi *AI* pada proses produksi beritanya belum masif seperti negara-negara Barat di penelitian terdahulu.

Persepsi para jurnalis mengenai *AI* yang saling bertentangan dari berbagai negara menunjukkan adanya kesenjangan dalam penerapan *AI* di media. Menurut Beckett & Yaseen (2023, p. 66), terdapat perbedaan dalam

implementasi dan pengembangan *AI* secara global yang ditunjukkan dengan adanya kesenjangan dalam hal pengetahuan, sumber daya, dan infrastruktur di negara-negara *Global South*. Sementara itu, negara-negara *Global North* lebih merasakan ragam manfaat sosial dan ekonomi dari kehadiran *AI* di media (Beckett & Yaseen, 2023, p. 65).

Berbagai faktor eksternal seperti budaya organisasi berita, ekonomi, politik, pola kerja, dan interaksi sosial dapat memengaruhi perbedaan persepsi jurnalis terkait profesinya (Hanitzsch, et al., 2019, pp. 110-112). Salah satu contohnya, perkembangan besar-besaran robotik dan teknologi *automation* serta identifikasi *in-group* jurnalis di Korea Selatan membuat mereka lebih memercayai teknologi *automation* (Jung et al., 2017, pp. 296-297). Persepsi positif terhadap teknologi otomatisasi ini tercermin dari perilaku jurnalis yang lebih menyukai berita yang ditulis mesin dibandingkan berita yang ditulis jurnalis manusia (Jung et al., 2017, p. 296). Merujuk pada temuan Jung et al. (2017), pandangan jurnalis terhadap *AI* di berbagai media berita menjadi penting untuk diketahui dan dipahami terutama karena ketika adanya teknologi baru, jurnalis menjadi pihak yang secara langsung terdampak praktik kerjanya (Jamil, 2020b; Wu et al., 2019).

Perbedaan persepsi yang diekspresikan jurnalis menunjukkan bahwa jurnalis kian menjadi skeptis terhadap implementasi teknologi baru dalam produksi berita karena dianggap menantang batasan-batasan yang sudah ditetapkan mengenai apa yang dianggap sebagai jurnalisme profesional (van Dalen, 2024; Min & Fink, 2021). Kemampuan teknologi baru *AI* seperti membuat artikel atau terlibat dalam proses kreatif secara spesifik dinilai mendisrupsi praktik pembuatan berita yang kemudian mengubah esensi dari pekerjaan jurnalis (van Dalen, 2024, p. 8). Meski disrupsi teknologi terhadap profesi jurnalis dapat menjelaskan mengapa jurnalis menunjukkan persepsi yang beragam, penelitian ini hendak mengambil sudut pandang berbeda untuk memberikan penjelasan yang lebih komprehensif. Penelitian ini menggunakan konsep *work meaningfulness* untuk melihat bagaimana persepsi negatif dan

positif jurnalis terkait *AI* dapat dipahami sebagai bagian dari potensi *AI* mengurangi kebermaknaan profesi jurnalis itu sendiri.

*Work meaningfulness* berhubungan dengan seberapa besar seseorang menganggap pekerjaannya sebagai suatu hal yang positif, berharga, dan bermanfaat bagi mereka karena pekerjaannya dianggap selaras dengan nilai-nilai intrinsik diri dan berkontribusi pada tujuan yang lebih luas (Bailey, 2016; Hackman & Oldham, 1976; Vuori et al., 2012). *Work meaningfulness* seseorang dapat dikaji dari aspek *inward* yang meliputi *skill variety*, *task identity*, *task significance*, dan *work autonomy* (Hackman & Oldham, 1976, p. 257). Selain itu, ada pun aspek interaksi sosial yang meliputi hubungan individu dengan rekan kerjanya di tempat kerja (Lips-Wiersman & Morris, 2011, p. 59).

Ketika seseorang menganggap pekerjaannya bermakna, orang tersebut akan lebih mungkin untuk tetap melanjutkan bekerja di pekerjaannya karena *work meaningfulness* ini dinilai lebih penting daripada mendapatkan gaji yang besar (Austin & Allan, 2020; Hu & Hirsh, 2017). Selain itu, *work meaningfulness* dapat meningkatkan kualitas pekerja seperti prestasi kerja, lebih aktif terlibat dalam pekerjaan, meningkatkan *passion*, komitmen bekerja, dan kesejahteraan diri (Allan et al., 2019; Han et al., 2020; Indriasari & Setyorini, 2018). Sebaliknya, ketika seseorang mulai menganggap pekerjaannya tidak ada artinya (*meaningless*), hal ini akan menurunkan performa kerja, kesejahteraan, dan meningkatkan kemungkinan untuk pindah pekerjaan (Arnoux-Nicolas, 2016; Kartal, 2018; Lease et al., 2019).

Olsen (2023) membahas kebermaknaan pekerjaan setelah *AI* diimplementasikan bagi pekerja media di dua media berita Norwegia, tetapi Olsen (2023, p. 15) menyampaikan bahwa penelitian ini kurang memiliki variasi perspektif jurnalis dari lingkungan media yang berbeda. Dalam penelitian Olsen (2023, p. 2), partisipan yang dipilih berasal dari media berita yang telah bereksperimen dengan *AI* selama beberapa tahun dan media yang baru saja mulai menggunakan *AI*. Maka, penelitian ini mencoba menjawab kesenjangan penelitian Olsen (2023) dengan menghadirkan perspektif jurnalis yang lebih beragam dari media berita nasional di Indonesia. Partisipan akan



dibagi menjadi tiga kelompok: jurnalis yang sudah sering menggunakan *AI* saat memproduksi berita, jurnalis yang pernah mencoba pakai *AI* saat memproduksi berita, dan jurnalis yang belum menggunakan *AI* saat tahapan memproduksi berita.

Lalu, penelitian ini bertujuan untuk menambah pemahaman lebih jauh terkait persepsi jurnalis terhadap isu etik yang muncul dari adanya *AI* dalam ranah jurnalistik. Jurnalis menggunakan kode etik sebagai pedoman dalam melakukan pekerjaannya (Ward, 2020, p. 308). Namun, kode etik yang sudah ada kerap dipengaruhi oleh teknologi-teknologi baru (Garcia-Aviles, 2021; Wiley, 2021). Beberapa penelitian sebelumnya sudah menunjukkan bagaimana penggunaan *AI* dalam media berita menimbulkan banyak pertanyaan terkait isu etik, di antaranya masalah transparansi data (Milosavljevic & Vobic, 2019, p. 15), penulisan *authorship* berita yang dibuat oleh mesin (Montal & Reich, 2016; Thurman et al, 2017), dan verifikasi informasi (Thurman, et al., 2017, p. 14). Selain analisis *work meaningfulness*, penelitian ini pun ingin mengetahui apakah kehadiran *AI* yang semakin signifikan di media berita menimbulkan kekhawatiran akan permasalahan etik *AI* di kalangan jurnalis Indonesia.

## 1.2 Rumusan Masalah

Merujuk pada analisis persepsi jurnalis dan masalah etik tentang *AI*, peneliti telah menentukan rumusan masalah yang akan diteliti, yakni “Bagaimana implementasi *AI* dalam proses produksi berita mengubah persepsi jurnalis terhadap *work meaningfulness* dan etik?”

## 1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Apakah implementasi *AI* dalam proses produksi berita mengubah persepsi *work meaningfulness* jurnalis?
2. Apakah jurnalis melihat adanya masalah etik dari implementasi *AI* dalam proses produksi berita?

## 1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui persepsi jurnalis mengenai perubahan *work meaningfulness* setelah adanya implementasi *AI* saat produksi berita.
2. Mengetahui persepsi jurnalis mengenai masalah etik yang muncul dari implementasi *AI* saat produksi berita.

## 1.5 Kegunaan Penelitian

### 1.5.1 Kegunaan Akademis

Kajian persepsi jurnalis terhadap implementasi *AI* di media cenderung dibahas dari aspek sejauh mana *AI* telah digunakan, alur kerjanya, dan apa yang jurnalis pikirkan secara umum mengenai *AI* sehingga minimnya penjelasan dari sudut pandang teori. Oleh karena itu, penelitian ini mengambil pendekatan berbeda, yaitu menghubungkan konsep *work meaningfulness* dengan penerapan *AI* di ragam media nasional. Alhasil, penelitian ini pun diharapkan dapat menambahkan perspektif teoritis untuk memahami hubungan antara *AI* dan jurnalisme. Kemudian, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk analisis persepsi jurnalis dengan metode kuantitatif agar hasilnya bisa lebih representatif.

### 1.5.2 Kegunaan Praktis

*Work meaningfulness* menjadi salah satu aspek penting untuk mendorong motivasi dan komitmen individu dalam bekerja. Media dapat memahami lebih baik tentang potensi perubahan *work meaningfulness* bagi jurnalis akibat penerapan teknologi baru seperti *AI* melalui penelitian ini. Aspek *work meaningfulness* apa saja yang dipengaruhi dalam penelitian ini dapat menjadi rujukan media untuk menyusun strategi implementasi *AI* yang lebih sesuai agar menciptakan respons positif dari jurnalis dan menghindari berkurangnya makna jurnalis dalam bekerja.

### 1.5.3 Kegunaan Sosial

Hasil dari penelitian ini dapat meningkatkan wawasan masyarakat, khususnya para konsumen berita, dari dua aspek. Pertama, masyarakat akan lebih memahami sejauh mana teknologi *AI* sudah terintegrasi dalam proses produksi berita. Kedua, masyarakat akan lebih mengetahui apakah ada potensi penggunaan teknologi *AI* ini melanggar standar etik jurnalistik yang sudah ada. Ketika masyarakat dapat memahami kedua aspek tersebut, masyarakat diharapkan dapat menjadi lebih kritis dan skeptis ketika menerima informasi dari berita yang dikonsumsi.

### 1.6 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan, di antaranya peneliti tidak menjelaskan secara rinci mengenai teknologi apa yang masuk ke dalam kategori *AI* dan *generative AI* sehingga adanya potensi partisipan tidak menceritakan dan menyebutkan semua aplikasi atau *software* yang sebenarnya berbasis *AI* dan digunakan ketika bekerja. Selain itu, seluruh partisipan memiliki jadwal yang padat sehingga wawancara yang dilakukan hanya secara daring. Peneliti pun tidak dapat secara maksimal menganalisis respons nonverbal partisipan. Kemudian, meski total partisipan sudah mencapai *minimum* untuk bisa mendapatkan saturasi data, jumlah partisipan pada setiap kategori tidaklah sama sehingga adanya potensi peneliti melakukan analisis yang kurangimbang.