

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Hasil penelitian ini telah menjawab dua pertanyaan utama yang menjadi dasar perancangan penelitian, yakni: (1) bagaimana dinamika regulasi AI terbentuk dan dijalankan di perusahaan pers Indonesia, khususnya dalam pembentukan, adaptasi, dan pelaksanaan kebijakan internal penggunaan AI di ruang redaksi; serta (2) bagaimana tekanan institusional melalui mekanisme koersif, normatif, dan mimetik memengaruhi arah dan isi regulasi internal AI di kedua organisasi media yang diteliti, yaitu KG Media dan IDN Times. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan kerangka teori isomorfisme institusional, penelitian ini menemukan bahwa regulasi AI di ruang redaksi tidak hanya merupakan tanggapan teknokratis terhadap adopsi teknologi baru, tetapi juga menjadi arena strategis tempat nilai, kepentingan, dan kekuasaan dalam organisasi dinegosiasikan.

Pertama, dalam dinamika pembentukan, adaptasi, dan pelaksanaan kebijakan internal AI menunjukkan bahwa adanya perbedaan pola antara KG Media dan IDN Times. KG Media menerapkan pendekatan *top-down* yang terpusat, dengan desain regulasi yang normatif dan berlaku lintas entitas divisi. Namun, pendekatan ini menghadapi tantangan dalam penerapannya, khususnya karena keragaman karakter media di bawah naungan KG Group. Sebaliknya, IDN Times membangun regulasinya melalui pendekatan *bottom-up* yang reflektif dan partisipatoris, berbasis pada praktik kerja redaksi dan kesadaran kolektif atas pentingnya akuntabilitas editorial. Model SOP yang mereka kembangkan lebih praktikal dan kontekstual sehingga lebih mudah diinternalisasi. Kedua organisasi ini memperlihatkan bahwa pembentukan regulasi AI bukan hanya sebatas proses seragam, melainkan sangat dipengaruhi oleh konfigurasi struktur, aktor, dan budaya kelembagaan.

Kedua, tekanan institusional yang memengaruhi arah regulasi AI di kedua perusahaan lebih banyak dimediasi melalui mekanisme normatif dan mimetik. Tekanan koersif dari regulator formal seperti negara nyaris tidak muncul dalam proses ini. Hal ini sejalan dengan latar belakang bahwa saat itu adanya kekosongan regulasi karena pemerintah belum memiliki regulasi AI yang mengikat bagi industri media. KG Media dan IDN Times sama-sama menunjukkan upaya untuk merespons tekanan normatif dari dalam organisasi ataupun asosiasi profesional, serta tekanan mimetik dengan merujuk pada praktik media global seperti BBC dan AP. Namun, cara mereka merespons tekanan tersebut berbeda. KG Media lebih terstruktur dan bersifat afirmatif terhadap nilai institusional. Sementara itu, IDN Times menyesuaikan secara fleksibel melalui SOP berbasis praktik lapangan. Selain itu, perbedaan pandangan terhadap kecukupan Kode Etik Jurnalistik (KEJ) juga menunjukkan bahwa regulasi internal tidak hanya menjadi respons atas kekosongan aturan, tetapi juga sebagai bentuk artikulasi kekuasaan, posisi, dan strategi organisasi dalam menghadapi perubahan teknologi AI.

Temuan ini juga mengonfirmasi bahwa regulasi AI memiliki dimensi politik regulasi yang signifikan, baik itu di tingkat internal organisasi maupun dalam konteks industri media secara lebih luas. Di KG Media, regulasi memperkuat posisi jurnalis sebagai aktor sentral yang harus dilindungi dari dehumanisasi teknologi. Sementara itu, di IDN Times regulasi dirancang untuk memperkuat kepercayaan publik terhadap institusi media melalui prinsip transparansi dan akuntabilitas. Lebih jauh, munculnya disrupsi digital seperti fitur ringkasan otomatis Gemini AI dari Google menjadi perhatian bahwa tantangan regulasi AI tidak berhenti pada level internal, tetapi juga menuntut strategi eksternal melalui advokasi industri dan kebijakan publik. Dengan merujuk pada studi tentang News Media Bargaining Code (NMBC) di Australia, penelitian ini menekankan pentingnya solidaritas media dan keterlibatan negara dalam menciptakan ekosistem informasi yang adil, berkelanjutan, dan demokratis di era kecerdasan buatan.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini berfokus pada dua organisasi media yang telah memiliki kebijakan internal terkait penggunaan AI. Oleh karena itu, temuan dalam studi ini belum dapat digeneralisasikan ke seluruh lanskap industri jurnalisme di Indonesia, terutama media yang belum menyusun regulasi internal. Selain itu, dinamika penggunaan dan regulasi AI di ruang redaksi merupakan fenomena yang terus berkembang. Maka dari itu, hasil penelitian ini merepresentasikan kondisi pada saat penelitian dilakukan, dan perlu dilihat sebagai pijakan awal yang bisa diperbarui seiring perubahan teknologi, kebijakan, serta ekosistem media.

Penelitian lanjutan disarankan untuk mengeksplorasi isu-isu lanjutan seperti dampak AI terhadap perlindungan hak cipta dan kepemilikan konten, terutama dalam konteks hubungan antara media dan platform digital. Studi semacam ini dapat mengambil inspirasi dari kerangka internasional seperti News Media Bargaining Code (NMBC) di Australia sebagai model perbandingan. Selain itu, penting juga untuk menilai implikasi jangka panjang dari regulasi AI terhadap struktur organisasi media dan transformasi profesi jurnalis. Pendekatan *mixed methods* yang menggabungkan data kualitatif dan kuantitatif bisa digunakan untuk menggali lebih dalam tentang persepsi jurnalis, efektivitas kebijakan internal, serta dampaknya terhadap keberlanjutan bisnis media.

### 5.2.2 Saran Praktis

Dewan Pers telah merilis pedoman penerapan AI di ruang redaksi sebagai panduan etik awal. Namun, tantangan terhadap regulasi AI yang makin berkembang menjadi meluas, seperti isu hak cipta, data pribadi, dan relasinya dengan platform digital raksasa. Maka dari itu, membutuhkan penguatan dari pemerintah melalui kebijakan nasional yang komprehensif dan operasional. Asosiasi media dan organisasi profesi juga perlu aktif

mendorong kolaborasi lintas institusi agar pedoman yang ada, dapat diterjemahkan ke dalam praktik redaksional yang sesuai. Di sisi lain, untuk industry media, penyusunan regulasi internal yang adaptif dan pelatihan berkelanjutan bagi jurnalis dan editor menjadi penting untuk menjaga akuntabilitas editorial dalam ekosistem AI. Sementara itu, peningkatan literasi digital publik diperlukan agar masyarakat mampu mengenali karakter berita berbasis AI dan bersikap lebih kritis dalam mengonsumsi informasi.

