

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Era Revolusi Industri 4.0 telah memberikan dampak signifikan terhadap media secara umum (Addin, 2023). Fase ini ditandai oleh otomatisasi, konektivitas, dan pemanfaatan teknologi digital dalam berbagai sektor. Teknologi canggih seperti kecerdasan buatan (AI), *Internet of Things* (IoT), *big data*, *cloud computing*, dan robotika berperan dalam menciptakan sistem yang lebih cerdas dan efisien (Fandy, 2023). Salah satu bidang yang paling terdampak oleh revolusi ini adalah jurnalistik (Tucker, 2024). Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah dinamika produksi berita dengan meningkatkan konektivitas, interaksi, serta peran manusia dan mesin dalam industri media (Arдын Renaldy, 2023).

Melihat perkembangan globalisasi dan teknologi informasi di era Revolusi Industri 4.0, studi tentang transformasi digital dan inovasi media berita semakin banyak bermunculan. Studi-studi ini juga menawarkan berbagai perspektif yang berbeda seiring dengan perubahan zaman (Priyanto, 2023). Fenomena transformasi media yang terjadi ini, mendorong penelitian ini untuk meneliti lebih lanjut dari sudut pandang audiens, khususnya dalam bagaimana mereka merespons perubahan drastis dalam media berita (Lunqiang, 2024).

Dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi yang ada saat ini, media berita menjadi salah satu komponen yang ikut terkena dampak dari transformasi media yang tengah terjadi. Tentu saja media berita mengalami perubahan yang belum pernah terjadi sebelumnya. Media tradisional seperti surat kabar, radio, dan televisi secara bertahap kehilangan posisi dominannya di pasar, dan platform digital seperti internet, perangkat komunikasi seluler, dan media sosial yang lainnya yang selama ini telah menjadi saluran penting komunikasi berita (Syerlina, 2024). Transformasi ini tidak hanya mengubah cara konten berita diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi, tetapi juga menimbulkan tantangan

baru bagi persyaratan keterampilan para praktisi yang turut menjadi pemeran utama dalam memproduksi sebuah berita yang dikonsumsi oleh masyarakat banyak. Meskipun banyak tantangan yang ada, dengan terjadinya kemajuan teknologi digital yang kian berkelanjutan, transformasi digital media berita telah menjadi tren dan di waktu yang sama adalah sebuah fenomena yang tidak dapat dihindari oleh pengelola informasi seperti para jurnalis dan pada penerima informasi seperti masyarakat pada umumnya.

Digitalisasi media yang terjadi ini telah mengubah tatanan kehidupan sosial dalam masyarakat, termasuk dalam hal memperoleh dan mengonsumsi informasi. Revolusi digital telah mengubah perilaku dan budaya masyarakat dalam berkomunikasi dan mengonsumsi berita. Dari media konvensional atau media cetak, yang sebelumnya menjadi media paling berpengaruh dalam penyebaran informasi di seluruh dunia, kini telah beralih ke media digital atau *online* seiring dengan pertumbuhan pesat internet dan jaringannya (Sucahya, 2013). Fenomena seperti stagnasi hingga penurunan global media konvensional dalam bentuk media cetak dan surat kabar ini, juga telah terjadi di Eropa dan Amerika sejak tahun 2009, dan semakin terlihat di Indonesia pada periode 2015 awal hingga saat ini (Sugiyanto, 2021).

Melihat bagaimana transformasi media yang kian terjadi terus berkelanjutan, media berita tidak hanya berubah dari cetak menjadi *online* saja, melainkan dari segi produksi hingga menjadi berita *online* itupun telah terjadi inovasi atau revolusi baru yang terjadi di masa kini. Berita *online* yang dihasilkan sebagian besar pada kenyataannya adalah hasil dari sebuah kolaborasi atau kerja sama antara manusia dengan sebuah mesin atau robotika kecerdasan buatan yang kita kenal dengan Artificial Intelligence (AI). Mesin cerdas ini mengerjakan hampir seluruh bagian pekerjaan dari seorang pengelola berita (Zanzotto, 2019). Penggunaan kecerdasan buatan (AI) dalam penulisan artikel kini juga, menjadi tren penting di dunia jurnalistik dan media modern (Holzinger, 2023). AI tidak hanya berperan sebagai alat pendukung, tetapi juga sebagai mitra strategis dalam pembuatan konten (Mittal, 2022). Teknologi ini membantu jurnalis dan penulis

meningkatkan efisiensi, ketepatan, serta kualitas tulisan mereka (Penney, 2024). Dengan kemampuannya dalam menganalisis data kompleks, menyusun draf awal, dan memberikan wawasan yang lebih dalam, AI telah merevolusi cara tradisional dalam menghasilkan konten (Fadila, 2024).

Di Indonesia sendiri, beberapa tahun terakhir ini, tren konsumsi berita berbasis AI di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan. Sebuah survei tahun 2025 menemukan bahwa 7% masyarakat dewasa secara rutin menggunakan AI terutama chatbot seperti ChatGPT, Gemini, dan Llama untuk mencari atau merangkum berita sehari-hari, dengan penetrasi lebih tinggi pada generasi muda 12% di bawah 35 tahun dan 15% di bawah 25 tahun (Arif, 2025). Selain itu, hampir 30% pengguna menunjukkan ketertarikan terhadap ringkasan berita otomatis dan translasi oleh AI, menandakan adopsi AI sebagai alat bantu dalam konsumsi berita (Hastjarjo, 2025). Di tingkat media, sejumlah platform berita Indonesia termasuk TVOneAI serta portal seperti Liputan6 telah mengimplementasikan AI dalam fungsi penulisan otomatis, analisis tren, *fact-checking*, hingga moderasi konten (Park, 2025). Transformasi ini didorong oleh kebutuhan efisiensi dan penyesuaian dalam industri media digital, yang melihat AI bukan hanya sebagai alat, tetapi juga sebagai mitra strategis dalam menyajikan konten yang cepat, personal, dan relevan.

Kecerdasan buatan (AI) sendiri adalah sebuah evolusi baru yang terus berkembang pesat dan memberikan dampak signifikan di berbagai sektor, termasuk dunia jurnalistik yang telah dibahas. Dalam praktiknya, AI mempermudah pekerjaan jurnalistik dengan mengotomatiskan berbagai tugas, seperti menulis, mengelola data, dan analisis serta verifikasi data yang telah dikumpulkan sesuai peristiwa atau fenomena dari suatu kejadian yang akan diberitakan. Saat ini, memang banyak media *mainstream* yang mulai mengadopsi teknologi AI untuk membantu proses penyusunan konten mereka (Hermansyah, 2025). Dengan adanya AI, pembuatan artikel, pengumpulan data, hingga rekomendasi konten dapat dilakukan dengan lebih cepat dan efisien, terutama media berita dengan target publikasi yang tinggi dalam satu hari (Yuan, 2024). Teknologi ini turut mengubah cara berita dikumpulkan, dianalisis, dan disampaikan kepada audiens. Menurut

penelitian dari Knight Foundation, penggunaan AI dalam proyek jurnalistik dapat meningkatkan kapasitas liputan berita (Keefe, 2021). Teknologi ini memungkinkan jurnalis memilah informasi dari dokumen dalam jumlah besar dengan lebih cepat melalui *machine learning* dan kemungkinan *human error* menjadi kecil.

Human error sendiri merupakan salah satu penyebab kecelakaan pada kesalahan yang dilakukan oleh manusia karena sering kali menyederhanakan masalah yang ada. Namun, penafsiran semacam ini tetap lazim dalam pemberitaan media. Penelitian yang mengkaji bagaimana kekeliruan manusia dalam menafsirkan informasi dapat memengaruhi persepsi masyarakat masih terbatas (Nees, 2020). Sementara itu, kehadiran AI dalam produksi berita dapat membantu mengurangi kesalahan teknis serta kesalahpahaman yang disebabkan oleh *human error*. Namun, perkembangan teknologi ini juga menghadirkan tantangan baru, seperti persoalan etika, potensi bias, dan isu privasi. Oleh karena itu, penerapan AI dalam jurnalisme harus didukung dengan pedoman serta standar etika yang jelas untuk mengantisipasi berbagai permasalahan yang mungkin timbul (Primer, 2025).

Sementara itu, muncul penelitian lebih mendalam yang menunjukkan pentingnya berita yang dihasilkan melalui kolaborasi antara manusia dan AI dalam proses konsumsi informasi. Temuan ini diperkuat oleh studi sebelumnya berjudul *Counterweight: Diversifying News Consumption* (Perez, 2020), yang menyoroti manfaat kerja sama antara manusia dan AI dalam produksi berita. Melalui penelitian terdahulu dari Perez, ada pula temuan bahwa dengan menggabungkan kemampuan analitis AI dan wawasan manusia, proses pembuatan berita dapat menjadi lebih komprehensif. AI dapat mempercepat pencarian data dan analisis tren, sementara manusia bertugas memastikan bahwa berita memiliki akurasi, konteks, serta nilai jurnalistik yang tinggi. Hal ini dapat mengurangi penyebaran misinformasi dan hoaks, yang sering kali menjadi masalah dalam dunia media digital saat ini.

Di sisi lain, meskipun AI dapat membantu meningkatkan efisiensi dan ketepatan dalam produksi berita, ada tantangan yang harus diatasi, seperti potensi

kesalahan manusia dalam menafsirkan informasi serta risiko bias, masalah etika, dan isu privasi yang muncul akibat penggunaan AI dalam jurnalistik. Untuk menjembatani kesenjangan ini, beberapa media mulai mengeksplorasi pendekatan kolaboratif Human-AI yang lebih inovatif (Hermansyah, 2025). Pendekatan ini bertujuan untuk memanfaatkan keunggulan AI tanpa menghilangkan peran manusia, khususnya dalam memastikan akurasi dan transparansi berita. Selain itu, teknologi AI terutama yang berbasis *Natural Language Processing* (NLP), mulai diterapkan dalam berbagai platform berita di Indonesia untuk membantu meningkatkan literasi pembaca dengan menyajikan informasi yang lebih terstruktur dan mudah dipahami. Dengan demikian, penerapan AI dalam media tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu teknis, tetapi juga sebagai solusi untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap berita yang mereka konsumsi (Chen, 2023).

Berdasarkan informasi yang telah dijabarkan di atas, transformasi digital dan inovasi dalam media berita tidak hanya mengubah cara informasi diproduksi dan didistribusikan, tetapi juga memengaruhi cara masyarakat mengonsumsi berita. Dengan semakin meluasnya adopsi AI dalam jurnalisme, muncul pula pertanyaan mengenai kredibilitas berita yang dihasilkan secara otomatis dibandingkan dengan berita yang ditulis oleh jurnalis manusia (Jia, 2024). Salah satu dampak signifikan dari transformasi *AI News* adalah kemunculan AI dalam produksi berita (*AI News Production*) yang mengotomatiskan berbagai aspek jurnalisme, mulai dari penulisan hingga penyuntingan berita. Oleh sebab itu, penelitian ini akan menganalisis bagaimana penggunaan AI dalam produksi berita memengaruhi persepsi dan kepercayaan masyarakat sebagai konsumen berita. Studi ini akan berusaha mengungkap bagaimana tingkat kepercayaan, pemahaman, serta respons masyarakat terhadap berita yang diproduksi oleh AI, sekaligus melihat dampaknya terhadap pola konsumsi berita oleh masyarakat pada zaman era digital saat ini.

Selain itu, studi ini juga akan memfokuskan pada analisis keadaan AI saat ini di industri media di Indonesia, dengan fokus pada dampaknya terhadap audiens yang menerima atau mengonsumsi berita khususnya masyarakat Indonesia. Di samping itu, peneliti juga akan melihat dampak lain yang terjadi dari kerja sama

ini, seperti efisiensi, efektivitas biaya, personalisasi, produksi berita multibahasa, pembuatan berita secara *real-time*, serta upaya melawan misinformasi di tengah masyarakat terkait kolaborasi yang terjadi. Studi ini, akan menggunakan sumber data primer dan sekunder, termasuk wawancara dengan jurnalis profesional, studi kasus organisasi media yang telah menerapkan AI, dan tinjauan literatur yang relevan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi organisasi media, pembuat kebijakan, dan peneliti dalam memahami peluang serta tantangan penggunaan AI News dalam industri media di Indonesia, khususnya terkait persepsi dan perilaku konsumen. Dengan memperhatikan bagaimana teknologi membentuk cara masyarakat menerima informasi, penelitian ini juga berkontribusi dalam diskusi lebih luas mengenai peran media dalam masa depan ruang publik dan partisipasi masyarakat dalam demokrasi digital.

Oleh karena itu, melalui pendekatan ini, penelitian ini tidak hanya bertujuan menghasilkan kesimpulan faktual, tetapi juga mengajak pembaca untuk bersama-sama memahami dan menafsirkan makna di balik fenomena kemunculan kecerdasan buatan dalam dunia jurnalisme. Dengan menggunakan paradigma konstruktivisme, studi ini menempatkan pengalaman, persepsi, dan interpretasi audiens sebagai kunci dalam melihat perubahan yang terjadi. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi ruang reflektif untuk menelaah dinamika komunikasi berita di era digital bukan hanya sebagai perkembangan teknologi semata, tetapi sebagai proses sosial yang sarat nilai, makna, dan tantangan etis.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk memahami secara mendalam dan jelas “Bagaimana persepsi mahasiswa jurnalistik terhadap kredibilitas berita hasil kolaborasi antara jurnalis dan kecerdasan buatan (AI), ditinjau dari aspek konsumsi, etika, kepercayaan, kualitas bahasa, serta potensi dan risiko penggunaan AI dalam jurnalisme?”

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana pola konsumsi berita dan keterpaparan mahasiswa jurnalistik terhadap konten berita yang melibatkan kecerdasan buatan (AI)?
2. Bagaimana persepsi mahasiswa jurnalistik terhadap etika, profesionalisme, dan peran jurnalis dalam kolaborasi dengan AI dalam produksi berita?
3. Bagaimana mahasiswa jurnalistik memaknai kredibilitas dan kepercayaan terhadap berita yang diproduksi oleh AI dibandingkan dengan berita hasil karya jurnalis manusia?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis tingkat kepercayaan masyarakat terhadap berita yang diproduksi oleh AI dibandingkan dengan berita yang ditulis oleh jurnalis manusia.
2. Mengidentifikasi pemahaman dan respons masyarakat terhadap berita yang dihasilkan oleh AI.
3. Mengkaji dan menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi kredibilitas berita berbasis AI dari perspektif audiens.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini memberikan kontribusi sebagai bahan diskusi dan refleksi kritis atas kemunculan kecerdasan buatan (AI) dalam praktik jurnalisme modern. Dengan mengangkat persepsi mahasiswa jurnalistik sebagai representasi generasi muda yang dekat dengan teknologi dan dunia media, studi ini menghadirkan wawasan baru mengenai dampak penggunaan AI terhadap proses produksi berita, etika profesi jurnalis, serta kepercayaan audiens. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi praktisi media, akademisi, dan pembuat kebijakan dalam merespons perubahan yang ditimbulkan oleh kolaborasi manusia dan mesin dalam ekosistem pemberitaan digital.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Dari sisi praktis, penelitian ini memberikan wawasan bagi perusahaan media digital dan jurnalis dalam memahami bagaimana penerapan AI dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas produksi berita. Temuan penelitian dapat membantu perusahaan media digital dalam merancang strategi yang tepat dalam mengintegrasikan teknologi AI tanpa mengorbankan kredibilitas berita dan kepercayaan publik. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi regulator dan pembuat kebijakan dalam menyusun regulasi yang mengakomodasi perkembangan AI dalam industri media, khususnya terkait aspek etika, transparansi, dan perlindungan data.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai dampak AI terhadap informasi yang mereka konsumsi sehari-hari. Dengan memahami bagaimana AI bekerja dalam produksi berita, masyarakat dapat lebih kritis dalam memilah informasi serta mengembangkan literasi digital yang lebih baik. Selain itu, penelitian ini juga dapat membantu membangun kepercayaan publik terhadap media berbasis AI dengan menyoroti faktor-faktor yang memengaruhi kredibilitas berita di era digital, sehingga masyarakat dapat lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dalam konsumsi berita mereka.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini terletak pada karakteristik partisipan yang homogen, yaitu mahasiswa program studi Jurnalistik dari dua perguruan tinggi. Mereka memiliki latar belakang pendidikan yang relatif serupa dan tingkat literasi digital yang cukup tinggi, sehingga tidak mewakili keberagaman perspektif audiens dari kalangan non-akademik, kelompok usia lebih tua, atau masyarakat dengan akses teknologi yang lebih terbatas. Selain itu, karena penelitian ini berfokus pada pemahaman persepsi dalam periode waktu yang terbatas, studi ini belum dapat menangkap dinamika perubahan jangka panjang terhadap pola konsumsi dan

penilaian berita AI secara menyeluruh. Fokus utama penelitian ini adalah mengungkap makna dan kecenderungan persepsi audiens terhadap kredibilitas berita hasil kolaborasi jurnalis dan AI, bukan untuk menjelaskan tren atau perilaku yang berkembang secara longitudinal.

