

ADOPSI KECERDASAN BUATAN DALAM RUANG REDAKSI TVRI JAWA TENGAH DAN TVKU SEMARANG

Roesdita Surya Pramei, Lintang Ratri Rahmiaji

roesdita.26surya@gmail.com

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (924) 74407

Faksimile (024) 746504 Laman: <https://fisip.undip.ac.id> / Email: fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

The development of artificial intelligence (AI) technology has driven transformation in the media industry, including in television news production. This study aims to analyze the adoption of AI in the newsrooms of TVRI Central Java and TVKU Semarang and to understand how this technology is used in news production and the implementation of journalistic ethics policies. This study used a descriptive qualitative approach with a constructivist paradigm. Data were obtained through in-depth interviews with six informants, including editors-in-chief, editors, and reporters from TVRI Central Java and TVKU Semarang. The analysis was conducted using the Hierarchy of Influences theory by Pamela J. Shoemaker and Stephen D. Reese. The results show that AI adoption at both stations is selective and asymmetrical. AI is utilized at the gathering stage for initial research, at the scriptwriting stage as a transcription aid, and at the visualization stage in the form of animated graphics and visual presenters. Significant differences exist in ethics policies: TVRI Central Java has a more formal governance system with mandatory AI content labeling through the Director's Regulation (Perdiri), while TVKU relies on individual initiative without a specific written policy. Overall, AI functions as augmentation that strengthens journalists' capacities, not as a replacement for humans in the news production process.

Keywords: Artificial Intelligence, AI Adoption, Newsroom, News Production, TVRI Central Java, TVKU Semarang

ABSTRAK

Perkembangan teknologi kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) telah mendorong transformasi dalam industri media, termasuk pada proses produksi berita di televisi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses adopsi AI dalam ruang redaksi TVRI Jawa Tengah dan TVKU Semarang serta memahami bagaimana teknologi tersebut digunakan dalam tahapan produksi berita dan penerapan kebijakan etik jurnalistik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivis. Data diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap enam narasumber yang terdiri atas pemimpin redaksi, editor, dan reporter dari TVRI Jawa Tengah dan TVKU Semarang. Analisis dilakukan menggunakan teori Hierarchy of Influences dari Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adopsi AI di kedua stasiun berlangsung secara selektif dan asimetris. AI dimanfaatkan pada tahap gathering untuk riset awal, tahap penulisan naskah sebagai alat bantu transkripsi, dan tahap visualisasi berupa grafis animasi serta presenter virtual. Terdapat perbedaan signifikan dalam kebijakan etik: TVRI Jawa Tengah memiliki tata kelola yang lebih formal dengan kewajiban pelabelan konten AI melalui Peraturan Direksi (Perdiri), sedangkan TVKU mengandalkan inisiatif individual tanpa kebijakan tertulis yang spesifik. Secara keseluruhan, AI difungsikan sebagai augmentasi yang memperkuat kapasitas jurnalis, bukan sebagai pengganti peran manusia dalam proses produksi berita.

Kata Kunci: Artificial Intelligence, Adopsi AI, Ruang Redaksi, Produksi Berita, TVRI Jawa Tengah, TVKU Semarang.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat mendorong perusahaan media untuk terus beradaptasi, salah satunya melalui adopsi kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*). Dalam laporan kondisi global mengenai adopsi AI, survei yang dilakukan LSE dan Google News terhadap 105 kantor berita di 46 negara menunjukkan kesenjangan signifikan dalam pengembangan dan adopsi AI antara media di negara maju dan berkembang (Yaseen, 2023). Di Indonesia, Indonesia Digital Conference (IDC) 2024 yang diselenggarakan oleh Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI) mencatat bahwa sejumlah media nasional seperti Detik Network dan Kompas.com telah memanfaatkan AI dalam proses kerja redaksional mereka, mulai dari pembuatan konten, visualisasi video, hingga analisis data dan personalisasi konten (Marsiela, 2024).

Fenomena adopsi AI tidak lagi terbatas pada media-media besar berskala nasional. Laporan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) mengungkapkan bahwa mayoritas perusahaan media, baik nasional maupun lokal, telah menggunakan AI untuk berbagai keperluan produksi jurnalistik (Manan, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa

adopsi AI telah merambah ke ruang redaksi media penyiaran di tingkat daerah, termasuk stasiun televisi lokal seperti TVRI Jawa Tengah dan TVKU Semarang. Namun sejauh mana dan bagaimana kedua stasiun televisi lokal tersebut mengadopsi AI dalam proses produksi berita masih belum banyak dikaji secara akademis.

Penggunaan AI di ruang redaksi juga tidak lepas dari implikasi etis. Kasus yang ramai dibicarakan pada tahun 2025 terkait dugaan penggunaan ChatGPT tanpa penyuntingan oleh salah satu jurnalis CNN Indonesia dalam memproduksi berita internasional menjadi pengingat bahwa adopsi AI tanpa kontrol editorial yang memadai dapat melanggar prinsip-prinsip kode etik jurnalistik. Merespons perkembangan ini, Dewan Pers menerbitkan Peraturan Dewan Pers Nomor 1 Tahun 2025 tentang Pedoman Penggunaan Kecerdasan Buatan dalam Karya Jurnalistik, yang menegaskan posisi AI sebagai alat bantu bukan pengganti manusia, serta mengatur prinsip transparansi dan akurasi dalam pemanfaatan AI di ruang redaksi (Dewan Pers, 2025).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana proses adopsi AI diterapkan

dalam ruang redaksi TVRI Jawa Tengah dan TVKU Semarang, meliputi tahapan produksi berita yang melibatkan AI, perbedaan kebijakan etik yang diterapkan, serta pengaruh berbagai level faktor terhadap adopsi tersebut berdasarkan teori Hierarchy of Influences Shoemaker dan Reese (2014).

TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana proses adopsi kecerdasan buatan diterapkan dalam ruang redaksi TVRI Jawa Tengah dan TVKU Semarang.

KERANGKA TEORI

Hierarchy of Influences

Penelitian ini menggunakan teori Hierarchy of Influences yang dikemukakan oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese dalam bukunya *Mediating the Message* (2014). Teori ini menjelaskan bahwa konten media dipengaruhi oleh lima level faktor yang bersifat hierarkis dan saling terkait, yaitu: (1) level individu yang berkaitan dengan latar belakang, pengalaman, dan nilai profesional jurnalis; (2) level rutinitas media yang mencakup kebiasaan kerja, nilai berita, dan standar redaksi; (3) level organisasi yang meliputi kebijakan, struktur manajemen, dan tujuan

perusahaan media; (4) level ekstramedia yang mencakup pengaruh dari luar organisasi seperti narasumber, pengiklan, pemerintah, dan perkembangan teknologi; serta (5) level sistem sosial yang berkaitan dengan nilai-nilai budaya, ideologi, dan sistem sosial yang berlaku di masyarakat (Shoemaker & Reese, 2014).

Dalam konteks penelitian ini, teori tersebut digunakan untuk menganalisis bagaimana kelima level pengaruh tersebut membentuk pola adopsi AI di ruang redaksi TVRI Jawa Tengah dan TVKU Semarang. Adopsi AI tidak dipandang sebagai keputusan teknis semata, melainkan sebagai hasil dari interaksi kompleks antara karakteristik individu jurnalis, rutinitas kerja redaksi, kebijakan organisasi, tekanan perkembangan teknologi eksternal, serta tuntutan kepercayaan publik sebagai sistem sosial.

Adopsi Teknologi dalam Jurnalistik

Adopsi AI dalam jurnalistik telah menjadi fokus berbagai penelitian. Thurman, Dörr, dan Kunert (2017) menemukan bahwa jurnalis menilai otomasi memiliki keterbatasan dalam hal kepekaan terhadap nilai berita, namun tidak mengurangi kebutuhan akan jurnalis manusia melainkan justru menegaskan pentingnya keterampilan yang hanya dimiliki manusia. Noain-Sánchez

(2020) menyatakan bahwa adopsi AI dapat meningkatkan efisiensi kerja jurnalistik, namun memerlukan perubahan pola pikir dan peningkatan pelatihan. Sementara López, Fieiras-Ceide, dan Vaz-Álvarez (2021) menemukan bahwa AI mendorong pergeseran profil jurnalis menuju kontribusi kognitif yang lebih mendalam seperti analisis, penilaian editorial, dan kreativitas.

Di Indonesia, Noviani dkk. (2026) menemukan bahwa AI berperan sebagai alat pendukung dalam proses jurnalistik, dengan keputusan editorial tetap berada di tangan manusia sehingga peran jurnalis mengalami transformasi menuju bentuk kerja yang bersifat hybrid antara manusia dan AI. Penelitian ini menambahkan perspektif komparatif antara dua stasiun televisi lokal dengan karakteristik organisasi yang berbeda, yakni media penyiaran publik (TVRI) dan televisi kampus (TVKU), untuk memahami bagaimana perbedaan konteks kelembagaan memengaruhi pola adopsi AI.

Konsep *Artificial Intelligence*

Artificial Intelligence (AI) merupakan cabang ilmu komputer yang berfokus pada pengembangan sistem atau mesin yang mampu menjalankan tugas-tugas yang pada umumnya membutuhkan kecerdasan manusia seperti pembelajaran,

penalaran, pemecahan masalah, pengenalan pola, serta pemrosesan bahasa alami. Menurut Mohamed dkk. dalam Wardat dkk. (2024), AI dikembangkan dengan tujuan untuk menciptakan sistem yang mampu meniru cara berpikir manusia sehingga dapat bekerja secara lebih efisien dan cerdas dalam menyelesaikan berbagai permasalahan.

Dalam industri media, perkembangan AI telah menghasilkan transformasi besar dalam proses produksi dan distribusi berita. López, Álvarez, dan Ceide (2021) menjelaskan bahwa AI telah mengubah struktur perusahaan media, model bisnis, karakteristik produk jurnalistik, serta kompetensi yang dibutuhkan oleh jurnalis modern. AI tidak lagi hanya digunakan untuk otomasi pekerjaan administratif, tetapi telah masuk ke dalam proses pencarian informasi, analisis data, penulisan naskah, personalisasi konten, hingga visualisasi berita.

Marconi, Siegman, dan Journalist (2017) memperkenalkan konsep *augmented journalism*, yaitu penggunaan AI sebagai teknologi pendukung yang memperkuat kemampuan jurnalis tanpa menggantikan fungsi manusia dalam proses editorial. Konsep ini menempatkan AI sebagai alat bantu untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi kerja jurnalistik, sementara

keputusan editorial, penentuan sudut pandang berita, dan proses verifikasi tetap menjadi tanggung jawab manusia. Reuters Institute juga melaporkan bahwa 56% organisasi media memprioritaskan penggunaan AI untuk otomatisasi pekerjaan belakang layar (*backend automation*), 37% untuk proses brainstorming dan pencarian ide konten, serta 28% untuk mendukung aspek bisnis media (Newman & Cherubini, 2025). Sementara itu, Rahmawan, Adiprasetio, dan Priyadharma (2022) menjelaskan bahwa pendekatan adopsi AI pada perusahaan media di Indonesia sangat dipengaruhi oleh kesiapan organisasi, sumber daya manusia, serta budaya kerja di masing-masing ruang redaksi.

Proses Produksi Berita

Produksi berita merupakan rangkaian aktivitas yang dilakukan media untuk mengubah peristiwa menjadi informasi yang layak disiarkan kepada publik. Menurut Martha dan Flowerina (2019), proses produksi berita televisi umumnya terdiri dari tahap perencanaan liputan, peliputan lapangan, pengumpulan materi audio visual, penulisan naskah, penyuntingan, dubbing, quality control, hingga proses penayangan. Setiap tahapan saling berkaitan dan memerlukan koordinasi antardivisi agar

berita dapat dipublikasikan sesuai jadwal siaran.

J.B. Wahyudi menjelaskan bahwa proses produksi berita televisi harus memenuhi prinsip kecepatan, ketepatan, dan akurasi karena media televisi bekerja berdasarkan deadline yang ketat serta tuntutan aktualitas informasi. Oleh karena itu, proses verifikasi, konfirmasi narasumber, dan pengecekan fakta menjadi bagian penting sebelum berita dipublikasikan kepada masyarakat.

Dalam perkembangan industri media digital, beberapa tahapan produksi mulai memanfaatkan AI untuk meningkatkan efisiensi kerja, seperti *speech-to-text*, transkripsi otomatis, penerjemahan bahasa, pembuatan visual grafis, presenter virtual, hingga teknologi *text-to-speech*. Meskipun demikian, penelitian Noviani dkk. (2026) menunjukkan bahwa penggunaan AI tidak menghilangkan peran editor maupun jurnalis dalam menentukan isi berita, melainkan mengubah pola kerja menuju sistem kerja hibrida antara manusia dan mesin.

Dalam penelitian ini, proses produksi berita dianalisis melalui tahapan gathering, peliputan, penulisan naskah, visualisasi, penyuntingan, hingga proses quality control

untuk melihat sejauh mana AI telah terintegrasi dalam ruang redaksi TVRI Jawa Tengah dan TVKU Semarang.

Kode Etik Jurnalistik

Kode Etik Jurnalistik merupakan seperangkat norma dan pedoman profesional yang disusun oleh Dewan Pers untuk mengatur perilaku wartawan dalam menjalankan tugas jurnalistik. Menurut Natan (2021), kode etik berfungsi sebagai pedoman moral sekaligus instrumen profesional yang mengatur hubungan wartawan dengan publik, narasumber, organisasi media, serta sesama jurnalis.

J.B. Wahyudi menjelaskan bahwa terdapat beberapa prinsip utama dalam kode etik jurnalistik, yaitu independensi, objektivitas, akurasi, keberimbangan, perlindungan terhadap narasumber, larangan menerima suap, serta kewajiban melakukan koreksi apabila terjadi kesalahan informasi. Prinsip-prinsip tersebut menjadi dasar bagi wartawan untuk menjaga kualitas informasi yang dipublikasikan kepada masyarakat.

Dalam konteks perkembangan AI, isu etika menjadi semakin penting karena teknologi tidak memiliki kemampuan untuk memahami konteks sosial, budaya, empati,

maupun pertimbangan moral sebagaimana manusia. De-Lima-Santos dan Ceron (2021) menegaskan bahwa penggunaan AI dalam jurnalistik harus tetap berada dalam kerangka etika dan hukum agar tidak menghasilkan informasi yang menyesatkan maupun diskriminatif.

Pada tahun 2023, tujuh belas organisasi media internasional menyepakati *Paris Charter on AI and Journalism* sebagai pedoman etika penggunaan AI dalam praktik jurnalistik modern. Piagam tersebut menekankan pentingnya transparansi penggunaan AI, akuntabilitas organisasi media, verifikasi fakta, serta kewajiban mempertahankan kontrol manusia terhadap seluruh proses produksi berita (Sudibyo dalam Hastjarjo, 2025).

Dengan demikian, penelitian ini memandang bahwa penggunaan AI dalam ruang redaksi tidak dapat dilepaskan dari prinsip-prinsip kode etik jurnalistik, khususnya terkait verifikasi, akurasi, independensi, serta tanggung jawab sosial media kepada publik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme. Paradigma ini

memandang bahwa realitas sosial tidak bersifat tunggal dan objektif, melainkan dibentuk melalui interaksi, pengalaman, serta pemaknaan individu terhadap suatu fenomena. Dalam konteks penelitian ini, penggunaan AI di ruang redaksi dipahami berdasarkan bagaimana aktor media seperti jurnalis dan editor mengalami, menafsirkan, serta merespons teknologi tersebut dalam praktik kerja mereka.

Data diperoleh melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) terhadap enam narasumber yang dipilih secara purposif berdasarkan keterlibatan langsung mereka dalam proses produksi berita di ruang redaksi. Narasumber terdiri dari tiga orang dari TVRI Jawa Tengah (pemimpin redaksi, reporter, dan editor) dan tiga orang dari TVKU Semarang (manager tim pelaksana liputan, reporter/tim redaksi, dan editor/tim IT). Pengumpulan data dilakukan pada periode April–Mei 2026 melalui wawancara tatap muka di masing-masing kantor stasiun televisi.

Analisis data menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data dikoding berdasarkan lima dimensi analisis yang mengacu pada teori *Hierarchy of Influences*: proses produksi berita, adopsi AI dalam

jurnalistik, s, kode etik jurnalistik, dan dinamika adopsi teknologi. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dengan membandingkan jawaban antar narasumber dari kedua stasiun televisi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Adopsi AI dalam Proses Produksi Berita di TVRI Jawa Tengah

TVRI Jawa Tengah mengadopsi AI secara selektif pada tiga tahap produksi berita. Pertama, pada tahap *gathering*, AI digunakan untuk riset awal dan pencarian referensi informasi. Narasumber dari TVRI mengungkapkan bahwa Gemini menjadi platform AI yang paling sering digunakan karena merupakan langganan resmi institusi. Kedua, pada tahap penulisan naskah, AI dimanfaatkan sebagai alat bantu transkripsi suara menjadi teks untuk mempersingkat waktu penyusunan naskah. Ketiga, pada tahap visualisasi, AI digunakan untuk pembuatan grafis, bumper acara, efek visual, serta peningkatan kualitas gambar (*denoise*).

Penggunaan AI di TVRI Jawa Tengah didukung oleh struktur kebijakan yang lebih formal. Pelatihan penggunaan AI dilakukan melalui Pusat Pendidikan dan Pelatihan (Pusdiklat) di tingkat nasional. Aturan penggunaan AI tertuang dalam Peraturan Direksi (Perdiri) yang secara khusus

mewajibkan setiap konten yang dihasilkan dengan bantuan AI untuk disertai keterangan "Generate AI" agar publik dapat membedakan konten AI dan konten manusia. Sebelum ditayangkan, seluruh konten melewati proses *Quality Control (QC)* oleh pengarah acara yang bertugas memastikan kesesuaian dengan kode etik, termasuk memverifikasi bahwa label AI sudah tercantum.

Editor TVRI menyatakan bahwa AI mempercepat proses produksi secara signifikan, khususnya dalam pembuatan grafis dan bumper acara yang sebelumnya memerlukan berhari-hari kini dapat diselesaikan dalam satu hingga dua jam. Namun, AI juga menghadirkan tantangan teknis seperti inkonsistensi gerakan video, kesalahan penulisan nama daerah berbahasa Jawa pada grafis, serta keterbatasan kuota kredit platform berlangganan yang belum setara dengan server mandiri seperti yang dimiliki TVRI Jakarta.

2. Adopsi AI dalam Proses Produksi Berita di TVKU Semarang

TVKU Semarang mengadopsi AI dengan pola yang berbeda dari TVRI. AI paling banyak dimanfaatkan pada tahap penulisan naskah, di mana reporter menggunakan Meta AI dan Gemini sebagai alat bantu *brainstorming* dan penyusunan

draf awal naskah berita. Sementara untuk proses editing video dan dubbing, TVKU masih sepenuhnya mengandalkan tenaga manusia. Penggunaan AI yang paling signifikan justru terjadi pada program non-berita, yaitu dalam pengembangan presenter virtual (*host AI*) dan konten animasi untuk program seperti Kabar Jawa Tengah dan program hiburan lokal.

Proses produksi host AI di TVKU dimulai dari divisi IT yang menganimasikan foto host asli menggunakan tools seperti Dreamina, Runway, dan Kling untuk menghasilkan video bergerak. Proses ini memerlukan beberapa kali iterasi generate sebelum hasil akhirnya disetujui oleh tim QC. Manager Tim Pelaksana Liputan TVKU menyatakan bahwa satu konten AI rata-rata memerlukan empat hingga lima kali generate sebelum dinyatakan layak tayang karena adanya inkonsistensi gerakan dan kekakuan gaya bahasa yang dihasilkan AI.

Berbeda dengan TVRI, TVKU tidak memiliki kebijakan tertulis yang spesifik mengatur penggunaan AI. Arahan yang ada bersifat umum: penggunaan AI diperbolehkan selama mengacu pada kode etik jurnalistik dan dilarang untuk berita-berita sensitif seperti politik dan kriminal karena risiko gugatan hukum. Pelatihan AI tidak dilakukan secara formal, melainkan

divisi IT belajar secara mandiri berdasarkan permintaan manajemen.

3. Analisis Hierarchy of Influences terhadap Adopsi AI

Pada level individu, jurnalis di kedua stasiun memiliki kesadaran yang kuat bahwa AI tidak mampu menilai konten secara etis. Reporter TVKU menyatakan bahwa AI tidak dapat membedakan apakah sebuah naskah mengandung unsur pornografi, kekerasan, atau diskriminasi, sehingga penilaian tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab manusia. Sementara editor TVRI mengidentifikasi keterbatasan AI dari pengalaman langsung berupa inkonsistensi gerakan video dan kesalahan intonasi pada nama-nama daerah berbahasa Jawa.

Pada level rutinitas media, AI memberikan dampak yang berbeda di kedua stasiun. Di TVRI, AI mengubah rutinitas kerja editor secara signifikan terutama pada pembuatan grafis dan bumper, mengubah ritme kerja dari berhari-hari menjadi satu hingga dua jam. Di TVKU, AI belum mengubah rutinitas redaksi secara fundamental karena inkonsistensi output AI justru menciptakan beban kerja tambahan dalam bentuk dua kali kerja: AI mengerjakan, manusia mengecek dan merevisi.

Pada level organisasi, perbedaan paling mencolok antara kedua stasiun terletak

pada formalitas kebijakan AI. TVRI memiliki kebijakan top-down yang terstruktur melalui Perdiri dan pelatihan Pusdiklat nasional, sementara TVKU menerapkan kebijakan tidak tertulis yang bersifat gradasi risiko berdasarkan kategori berita. Pada level ekstramedia, perkembangan teknologi AI global menjadi pendorong bagi kedua stasiun untuk mengeksplorasi penggunaan AI sebagai respons terhadap tuntutan efisiensi industri media. Pada level sistem sosial, kepercayaan publik menjadi pertimbangan utama: TVRI menjaganya melalui pelabelan wajib konten AI, sementara TVKU melalui kehati-hatian editorial dan pembatasan AI pada berita sensitif.

4. Kebijakan Etik dan Kontrol Editorial

Kedua stasiun televisi menerapkan prinsip human oversight dalam penggunaan AI, namun dengan mekanisme yang berbeda. TVRI Jawa Tengah menerapkan sistem kontrol berlapis: verifikasi internal oleh redaksi setelah editing, disusul QC oleh pengarah acara sesaat sebelum siaran live. Pengarah acara bertugas memastikan semua konten AI sudah diberi label "*Generate AI*" dan sesuai kode etik. Perdiri menjadi acuan teknis yang telah melalui proses penyusunan panjang di tingkat nasional.

TVKU Semarang menerapkan kontrol editorial yang terpusat pada Kepala News sebagai pengambil keputusan akhir. Redaktur dan editor mendapatkan pemahaman umum tentang batasan, namun untuk kasus yang meragukan wajib berkonsultasi dengan Kepala News sebelum konten ditayangkan. Kontrol editorial dilakukan melalui alur reporter → Kepala News → redaktur → editor → QC sebelum tayang.

Salah satu temuan menarik adalah perbedaan sikap terhadap transparansi AI kepada publik. TVRI secara tegas mewajibkan pencantuman keterangan AI pada semua konten yang menggunakan AI, sebagai bentuk akuntabilitas kepada publik sesuai dengan semangat Peraturan Dewan Pers Nomor 1 Tahun 2025. Sementara TVKU belum menerapkan pencantuman sumber AI secara sistematis pada berita reguler, karena AI dianggap hanya sebagai alat bantu yang tidak mengubah pertanggungjawaban editorial.

5. AI sebagai Augmentasi, Bukan Substitusi

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa AI di kedua stasiun berfungsi sebagai augmentasi yang memperkuat kapasitas

jurnalis, bukan sebagai substitusi peran manusia dalam proses produksi berita. Hal ini sejalan dengan temuan Marconi dan Siegman (2017) tentang konsep augmented journalism di mana AI memperkuat bukan menggantikan kapasitas jurnalis manusia. Seluruh narasumber dari kedua stasiun menegaskan bahwa keputusan editorial, verifikasi fakta, dan penilaian terhadap kelayakan konten tetap sepenuhnya berada di tangan manusia.

Manager TVKU menekankan pentingnya formula kombinasi antara AI dan kreativitas manusia, bukan ketergantungan total pada AI. Ia menyatakan bahwa jika semua media menggunakan AI untuk satu berita yang sama, narasinya akan cenderung mirip dan homogen, sehingga kreativitas individual jurnalis menjadi faktor diferensiasi yang penting. Pandangan ini konsisten dengan temuan Thurman dkk. (2017) yang menyatakan bahwa otomasi justru semakin menegaskan pentingnya keterampilan yang hanya dimiliki manusia seperti penilaian berita, rasa ingin tahu, dan skeptisisme.

Perbedaan signifikan antara kedua stasiun terletak pada kesiapan institusional. TVRI Jawa Tengah, sebagai lembaga penyiaran publik dengan struktur nasional, memiliki kerangka kebijakan yang lebih

matang dalam mengelola adopsi AI secara bertanggung jawab. TVKU, sebagai televisi kampus dengan sumber daya yang lebih terbatas, masih dalam fase transisi mencari formula optimal antara efisiensi AI dan kreativitas manusia. Kedua kondisi ini mencerminkan realitas adopsi AI yang asimetris di media lokal Indonesia, sejalan dengan temuan survei global LSE dan *Google News* mengenai kesenjangan adopsi AI antara media di negara maju dan berkembang (Yaseen, 2023).

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa adopsi AI di ruang redaksi TVRI Jawa Tengah dan TVKU Semarang berlangsung secara selektif dan asimetris. Keduanya memanfaatkan AI sebagai alat bantu pada tahap gathering, penulisan naskah, dan visualisasi, namun dengan intensitas, cakupan, dan mekanisme tata kelola yang berbeda. TVRI Jawa Tengah menunjukkan adopsi yang lebih terstruktur dengan kebijakan formal melalui Perdiri dan sistem pelatihan nasional, sementara TVKU masih bergantung pada inisiatif individual dan kebijakan tidak tertulis yang bersifat gradasi risiko.

Berdasarkan analisis *Hierarchy of Influences*, ditemukan bahwa faktor level organisasi menjadi pembeda utama antara kedua stasiun. Keberadaan regulasi formal (Perdiri di TVRI) versus ketiadaan kebijakan tertulis (TVKU) secara langsung memengaruhi konsistensi penerapan AI dan mekanisme akuntabilitas editorial. Pada level sistem sosial, kepercayaan publik menjadi pertimbangan bersama yang mendorong kedua stasiun untuk mempertahankan kendali manusia atas seluruh proses produksi.

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah perlunya media lokal, khususnya televisi daerah, untuk mengembangkan kebijakan AI yang terstruktur dan terdokumentasi sebagai panduan operasional bagi seluruh insan redaksi. Peraturan Dewan Pers Nomor 1 Tahun 2025 dapat menjadi dasar bagi media lokal dalam menyusun SOP penggunaan AI yang spesifik, termasuk mekanisme verifikasi, pelabelan konten AI, dan batasan penggunaan berdasarkan kategori berita. Dengan demikian, adopsi AI dapat berlangsung secara bertanggung jawab tanpa mengorbankan integritas dan kepercayaan publik sebagai pilar utama jurnalisme.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Fajri, M. (2026). Laporan Penggunaan AI oleh Jurnalis di Indonesia. BBC News Indonesia.
- Dewan Pers. (2024). Data Wartawan Berdasarkan Konstituen Tahun 2024. Jakarta: Dewan Pers.
- Dewan Pers. (2025). Peraturan Dewan Pers Nomor 1 Tahun 2025 tentang Pedoman Penggunaan Kecerdasan Buatan dalam Karya Jurnalistik. Jakarta: Dewan Pers.
- Devianto, Y., & Dwiasnati, S. (2025). Peran Kecerdasan Buatan dalam Transformasi Jurnalisme Digital. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 9(1), 45–62.
- De-Lima-Santos, M. F., & Ceron, W. (2021). Artificial Intelligence in News Media: Current Perceptions and Future Outlook. *Journalism and Media*, 3(1), 106–184.
- Faturahman, A. (2025). TVRI dan Penggunaan Kecerdasan Buatan dalam Produksi Media. *Times Indonesia*.
- Ivanka, M., dkk. (2025). Etika Penggunaan Kecerdasan Buatan dalam Jurnalisme. *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*, 12(2), 88–105.
- Jamaaluddin, J., & Sulistyowati, I. (2021). Pengantar Kecerdasan Buatan: Machine Learning dan Deep Learning. Sidoarjo: UMSIDA Press.
- López, J. T., Fieiras-Ceide, C., & Vaz-Álvarez, M. (2021). Impact of Artificial Intelligence on Journalism: Transformations in the Company, Products, Contents and Professional Profile. *Comunicación Sociedad*, 34(1), 177–193.
- Manan, A. (2024). Artificial Intelligence (AI) dan Organisasi Berita di Indonesia: Pemetaan Pemanfaatan dan Rekomendasi untuk Stakeholder Media. Jakarta: AJI Indonesia.
- Marconi, F., dkk. (2017). *The Future of Augmented Journalism: A Guide for Newsrooms in the Age of Smart Machines*. Associated Press.
- Marsiela, V. (2024). Adopsi AI di Media Indonesia. Indonesia Digital Conference. Jakarta: AMSI.
- Noain-Sánchez, A. (2020). Addressing the Impact of Artificial Intelligence on Journalism: The Perception of Experts, Journalists and Academics. *Communication & Society*, 33(3), 1–18.
- Noviani, R., dkk. (2026). The Transformation of News Editors After The Use of Artificial Intelligence (AI) Technology. *Jurnal*

- Komunikasi dan Media Digital, 5(1), 22–41.
- Park, S. (2020). Artificial Intelligence and Journalism: Is The Fourth Industrial Revolution Transforming the Fourth Estate? *Journalism Studies*, 21(1), 1–21.
- Rahmawan, D., dkk. (2022). Kesenjangan Adopsi AI dalam Ruang Redaksi Media di Negara Berkembang. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(2), 112–130.
- Santoso, B. (2023). *Kecerdasan Buatan: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (2014). *Mediating the Message in the 21st Century: A Media Sociology Perspective* (3rd ed.). New York: Routledge.
- Sonni, A., dkk. (2024). Digital Newsroom Transformation: A Systematic Review of the Impact of Artificial Intelligence on Journalistic Practices, News Narratives, and Ethical Challenges. *Journal of Media Research*, 17(2), 55–78.
- Suryanti, E., & Apriadi, T. (2025). Transformasi Media dan Adopsi Teknologi AI. *Jurnal Media dan Komunikasi Indonesia*, 8(1), 10–29.
- Thurman, N., Dörr, K., & Kunert, J. (2017). Robo-Writing: Professionals Consider Automated Journalism's Capabilities and Consequences. *Digital Journalism*, 5(10), 1240–1259.
- Wahyudi, J.B. (1992). *Jurnalistik Televisi: Tentang dan Sekitar Siaran Berita TVRI*. Bandung: Alumni.
- Yaseen, M. (2023). *AI in Newsrooms: A Global Survey of 105 News Organizations in 46 Countries*. London: LSE & Google News Initiative.