

## Kecerdasan buatan dalam penyajian berita: peluang dan tantangan bagi presenter

Firman Baehaqi<sup>1</sup>, Shendy Aulia Yusuf<sup>2</sup>, Via Selfiani<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Swadaya Gunung Jati

Correspondence: [baehaqifirman8@gmail.com](mailto:baehaqifirman8@gmail.com)

| Article Info   | ABSTRAK  |
|--|--|
| <p><b>Article history:</b><br/>Received Nov 12<sup>th</sup>, 2025<br/>Revised Nov 10<sup>th</sup>, 2025<br/>Accepted Nov 23<sup>rd</sup>, 2025</p> | <p>Perkembangan teknologi kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) telah merambah ke berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam industri penyiaran berita. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peluang dan tantangan yang dihadapi oleh presenter asli (manusia) dalam menghadapi integrasi teknologi AI, serta menganalisis bagaimana aspek etika, kepercayaan, dan keaslian informasi yang dipengaruhi oleh penggunaan presenter AI dalam penyajian berita. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam terhadap lima orang narasumber yang memiliki latar belakang di bidang penyiaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehadiran AI membuka peluang bagi penyiar untuk meningkatkan kualitas visual dan efisiensi dalam penyajian berita. Namun, di sisi lain, AI juga menimbulkan kekhawatiran akan tergesernya peran manusia dan meningkatnya risiko penyebaran berita palsu.</p> |
| <p><b>Kata kunci:</b><br/>Kecerdasan Buatan; Penyiaran Berita; Presenter; Etika Media; Informasi; Tantangan penyiar.</p>                           | <p>© 2025 Firman Baehaqi, Shendy Aulia Yusuf, Via Selfiani. Published by Permata Harmoni Abadi. This is an open access article under the CC BY license (<a href="https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/">https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/</a>)</p>   |

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang saat ini berkembang dengan begitu pesat telah melahirkan berbagai inovasi dalam dunia penyiaran dan jurnalistik, salah satunya melalui kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence (AI)*. Berita TV biasanya disajikan dengan presenter manusia yang membacakan ragam berita. Namun dengan perkembangan teknologi yang kian mumpuni, presenter tv tak lagi harus disajikan manusia (Nurhakim & Harahap, 2024). Kehadiran teknologi AI dalam dunia penyiaran berita memunculkan beragam pandangan mengenai bagaimana cara penonton berinteraksi dan merespons kehadiran presenter berbasis AI. Sundar (2020) melalui konsep *modality interactivity* dalam komunikasi digital menjelaskan bahwa AI mampu menciptakan pengalaman yang lebih imersif dan dinamis, karena teknologinya dapat merespons preferensi audiens secara adaptif. Ia juga menekankan bahwa aspek-aspek seperti kemiripan suara dengan manusia, ekspresi wajah yang realistis, serta akurasi dalam menyampaikan informasi menjadi faktor penting yang memengaruhi bagaimana penonton membandingkan presenter AI dengan presenter manusia.

Menurut pada kutipan terkenal Marshall McLuhan "*medium is the message*", kehadiran teknologi AI kini semakin menonjolkan peran medium dalam komunikasi. AI tidak hanya menjadi saluran, tetapi juga memengaruhi sumber, pesan, dan penerima dalam proses komunikasi. Dalam kaitannya, isu seperti jurnalisme digital dan aktivisme online juga sering muncul dan saling berkaitan dalam diskusi seputar media dan AI (Nuraini, 2024). Di tengah tuntutan terkait efisiensi, kecepatan penyampaian informasi, dan persaingan antar media yang semakin ketat, berbagai platform berita mulai menjelajahi macam penggunaan teknologi AI untuk membantu proses produksi dan penyajian berita. Kemajuan teknologi digital berdampak pada sektor ekonomi, salah satunya dengan menggeser peran tenaga kerja manusia karena hadirnya robot dan perangkat lunak yang mampu bekerja lebih lama dan dengan biaya lebih rendah. Meskipun pada awalnya teknologi ini dianggap sebagai terobosan untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi dalam newsroom, keberadaannya mulai memunculkan pertanyaan kritis terkait masa depan profesi penyiar. Banyak penyiar dan jurnalis mempertanyakan apakah teknologi ini hanya sebagai alat bantu, atau justru akan menggantikan fungsi manusia dalam proses penyajian berita. Dalam konteks ini, Teori Difusi Inovasi Menurut Rogers dan Shoemaker (1971) relevan dengan topik yang akan dibahas dalam artikel ini, difusi merupakan suatu proses di mana suatu inovasi disebarluaskan kepada individu-individu yang menjadi bagian dari suatu sistem sosial. Rogers juga menjelaskan bahwa salah satu teori utama yang berkaitan dengan difusi inovasi adalah teori proses

keputusan inovasi. Penyiar, sebagai bagian dari struktur media, berada dalam dilema antara harus beradaptasi dengan inovasi atau mempertahankan pendekatan konvensional yang berbasis pada peran manusia.

Penelitian mengenai penggunaan AI dalam dunia komunikasi dan media sebenarnya sudah mulai dilakukan. Salah satu contohnya adalah penelitian oleh Jetrin Arfan Santiko dan Syaiful Bahri yang berjudul “*Analisis Wacana Pada Fenomena Penggunaan Artificial Intelligence (AI) Dalam Konten Pemilu: Studi Kasus Konten Deepfake Soeharto Mengajak Untuk Memilih Partai Golkar Pada Media Sosial Twitter (X)*”. Penelitian ini mengungkapkan bagaimana konten deepfake berbasis AI dapat memengaruhi persepsi publik secara signifikan, khususnya dalam konteks politik yang sangat sensitif terhadap manipulasi informasi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa AI tidak hanya menjadi alat teknologi, tetapi juga bisa digunakan sebagai senjata komunikasi yang memengaruhi opini publik, identitas tokoh, dan arah pilihan masyarakat.

Selain itu, terdapat pula artikel berjudul “*Eksplorasi AI Voice Cloning dalam Pemasaran Digital: Analisis Kebohongan dan Manipulasi Suara dalam Iklan*” yang membahas pemanfaatan teknologi voice cloning untuk meniru suara tokoh tertentu dalam strategi iklan. Penelitian ini menyoroti bagaimana suara hasil AI dapat digunakan untuk menipu audiens secara halus dan menciptakan kedekatan semu demi tujuan komersial. Dalam konteks ini, suara bukan lagi medium komunikasi, melainkan objek manipulasi yang diprogram demi kepentingan tertentu. Penelitian ini disusun untuk mengisi kekosongan tersebut dengan fokus utama pada pengalaman, pandangan, serta respons penyiar terhadap kehadiran teknologi *AI-generated avatar* dan *text-to-speech (TTS) engine* dalam dunia penyiaran. Apa saja peluang dan tantangan yang dihadapi penyiar dalam menghadapi integrasi teknologi AI, Bagaimana aspek etika, kepercayaan, dan keaslian informasi dipengaruhi oleh penggunaan presenter AI. Dengan pendekatan kualitatif dan metode wawancara mendalam kepada para penyiar dan praktisi media, penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dinamika adaptasi teknologi dalam dunia penyiaran, serta mengkaji secara kritis bagaimana pergeseran teknologi turut memengaruhi dimensi etika, profesionalisme, dan masa depan jurnalisme.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Hasil Penelitian Sebelumnya**

Salah satu penelitian yang telah memaparkan terkait analisis penggunaan AI (*Artificial Intelligence*) oleh Jetrin Arfan Santiko., & Syaiful Bahri. (2024) dengan judul “*Analisis Wacana Pada Fenomena Penggunaan Artificial Intelligence (AI) Dalam Konten Pemilu: Studi Kasus Konten Deepfake Soeharto Mengajak Untuk Memilih Partai Golkar Pada Media Sosial Twitter (X)*”. Penelitian tersebut memiliki kesamaan dalam hal objek, yaitu penggunaan AI dalam produksi konten digital yang disebarkan melalui media sosial, serta dalam hal tujuan, yaitu untuk memengaruhi persepsi publik. Perbedaannya terdapat pada fokus penelitian yang akan dikaji oleh peneliti adalah pada konteks penyiaran berita yang membutuhkan akurasi dan integritas informasi, dengan menelaah bagaimana peluang dan tantangan penyiar dalam menghadapi kemunculan teknologi *Deepfake* dan *Voice Cloning* dalam ruang redaksi berita.

Penelitian lain yang telah memaparkan terkait analisis penggunaan AI (*Artificial Intelligence*) adalah Asep Koswara. (2024) dengan judul “*Eksplorasi AI Voice Cloning dalam Pemasaran Digital: Analisis Kebohongan dan Manipulasi Suara dalam Iklan*”. Penelitian tersebut memiliki kesamaan dalam hal objek, yaitu bagaimana teknologi kecerdasan buatan (AI) digunakan untuk menyampaikan pesan yang tampak meyakinkan kepada publik melalui media sosial. Perbedaannya terdapat pada fokus penelitian yang akan dikaji oleh peneliti adalah pada ranah penyiaran berita, serta pendekatan yang digunakan akan menyoroti tantangan penyiar dalam menjaga keaslian dan etika dalam penyampaian informasi berbasis AI.

### **Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence*)**

*Artificial Intelligence* (AI) atau kecerdasan buatan merupakan teknologi yang memungkinkan mesin atau komputer meniru kemampuan berpikir manusia. Teknologi ini dirancang agar perangkat digital bisa melaksanakan tugas-tugas yang umumnya hanya bisa dilakukan oleh manusia karena membutuhkan kecerdasan. Seperti halnya manusia yang belajar dari pengalaman, AI juga membutuhkan data dan pengalaman untuk meningkatkan kemampuannya. Dalam pengembangannya, ada tiga aspek penting yang mendasari cara kerja AI: pembelajaran, penalaran, dan kemampuan untuk

memperbaiki kesalahan sendiri. Menurut John McCarthy, AI merupakan gabungan antara ilmu pengetahuan dan teknik untuk menciptakan mesin yang dapat berpikir secara cerdas, khususnya melalui pengembangan program komputer. Sedangkan Ray Kurzweil memandang AI sebagai bentuk kecerdasan umum buatan yang bahkan dapat melampaui kecerdasan manusia dalam berbagai bidang. Yang membuat AI semakin menarik adalah kemampuannya untuk belajar secara mandiri. Artinya, seiring penggunaannya oleh manusia, AI dapat mengevaluasi dan menyesuaikan dirinya sendiri tanpa perlu terus-menerus diarahkan secara manual.

Kecerdasan buatan memiliki beberapa aspek penting yang mempengaruhi berbagai bidang kehidupan manusia. Berikut aspek dalam kecerdasan buatan yang dianggap penting:

- a. Peningkatan Efisiensi, Kecerdasan buatan memungkinkan otomatisasi terhadap pekerjaan yang dulunya memerlukan keterlibatan manusia secara langsung. Hal ini berkontribusi besar terhadap peningkatan efisiensi kerja di banyak bidang, mulai dari sektor industri manufaktur, layanan medis, hingga urusan administrasi dalam dunia bisnis.
- b. Pemecahan Masalah yang Rumit, Dengan kemampuannya mengolah data dalam jumlah besar secara cepat dan akurat, AI dapat mengungkap pola-pola tersembunyi yang sering kali luput dari pengamatan manusia. Ini membuat AI sangat berguna dalam membantu pengambilan keputusan serta menyelesaikan persoalan yang kompleks.
- c. Mendorong Inovasi Teknologi, AI menjadi motor penggerak utama bagi inovasi di berbagai sektor seperti industri kendaraan, keuangan, hingga teknologi informasi. Kemampuannya dalam menemukan tren dan pola baru dari data yang tersedia memungkinkan terciptanya terobosan teknologi dan penyempurnaan produk maupun layanan.
- d. Meningkatkan Pengalaman Konsumen, Dalam penggunaan sehari-hari, seperti saat menjelajah internet, menggunakan media sosial, atau berbelanja online, AI berperan dalam menciptakan pengalaman pengguna yang lebih personal. Misalnya, melalui rekomendasi barang atau konten yang dirancang sesuai dengan minat dan kebiasaan pengguna.
- e. Kemajuan dalam Dunia Pendidikan dan Kesehatan, Di bidang pendidikan, AI digunakan untuk menciptakan sistem pembelajaran yang adaptif sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan tiap pelajar. Sementara di sektor kesehatan, teknologi ini dimanfaatkan dalam proses diagnosis, prediksi penyebaran penyakit, serta dalam pengembangan obat-obatan baru.
- f. Pengawasan dan Sistem Keamanan, AI juga sangat bermanfaat dalam memantau lingkungan maupun sistem keamanan digital. Misalnya, dapat mendeteksi ancaman seperti pelanggaran data atau serangan siber secara lebih cepat dan akurat dibandingkan metode konvensional.
- g. Membantu Keputusan dalam Situasi Tidak Menentu, Saat dihadapkan pada kondisi yang penuh ketidakpastian, AI bisa memberikan analisis yang kuat berbasis data, sehingga keputusan yang diambil, baik oleh individu maupun organisasi, menjadi lebih tepat dan berdasar.

## **Media Penyiaran**

Sejak diberlakukannya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002, khususnya pada Pasal 1 ayat 13, dibentuklah Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), sebuah lembaga negara yang bersifat independen, baik di tingkat pusat maupun daerah. KPI hadir sebagai representasi partisipasi publik dalam mengawasi sektor penyiaran, dengan tugas dan kewenangan yang dijabarkan dalam UU tersebut. Dalam regulasi penyiaran tersebut, media penyiaran dibagi menjadi dua bentuk utama: radio dan televisi. Kedua jenis media ini diwajibkan menjalankan siarannya dengan berlandaskan nilai-nilai Pancasila serta UUD 1945, demi menjamin manfaat yang merata, keadilan, kepastian hukum, keamanan, keberagaman, kemitraan, etika, kemandirian, serta kebebasan yang bertanggung jawab.

Melalui kerangka hukum ini, tampak bahwa peran media penyiaran sangat strategis, tidak hanya sebagai sarana bisnis tetapi juga sebagai instrumen pemersatu bangsa. Undang-undang tersebut menegaskan bahwa radio dan televisi merupakan bagian dari media penyiaran yang masuk dalam ranah komunikasi massa. Karena sifatnya yang menjangkau khalayak luas, siaran radio dan televisi memiliki pengaruh besar dalam membentuk pola pikir dan perilaku publik. Oleh sebab itu, peran keduanya sangat penting dalam membangun komunikasi yang menjangkau masyarakat di daerah-daerah terpencil, yang sering kali jauh dari akses langsung terhadap pusat pemerintahan dan arus informasi utama.

## **Presenter**

Presenter merupakan sosok kunci dalam kesuksesan sebuah program, karena ia bertugas mewujudkan konsep acara yang telah dirancang oleh tim redaksi. Para ahli memiliki definisi yang beragam mengenai presenter, namun secara umum, keterampilan berbicara menjadi syarat utama yang harus dimiliki. Secara umum, terdapat tiga jenis presenter. Pertama, *Continuity Presenter* yang berfungsi sebagai penghubung antaracara agar alur siaran terasa menyatu. Kedua, *host*, yang memandu acara non-berita seperti hiburan atau *talk show*. Ketiga, *anchor*, yang fokus pada penyampaian berita, baik yang bersifat informatif seperti *hard news* maupun ringan seperti *soft news*. Menurut seorang jurnalis dan pembawa berita TVRI yang eksis tahun 70 hingga 90-an karena suaranya yang khas, Anita Rahman menyebutkan bahwa terdapat beberapa kualifikasi presenter televisi. Sehingga media televisi harus memperhatikan kualifikasi presenter tersebut saat akan merekrut presenter berita (Rama, 2020). Beberapa faktor yang harus dimiliki seorang presenter meliputi, personalitas pribadi, suara dan tata wicara, penampilan fisik, pengalaman di dunia pemberitaan, kebugaran serta daya tahan tubuh yang baik, dan penguasaan teknik penyiaran.

### **Teori Difusi Inovasi**

Teori ini pada tahap awal perkembangannya menempatkan sosok pemimpin opini sebagai pihak yang memiliki peran penting dalam memengaruhi pandangan dan tindakan masyarakat. Dengan kata lain, media massa dianggap memiliki kekuatan besar dalam menyebarluaskan inovasi atau temuan baru, terutama apabila informasi tersebut didukung dan disampaikan oleh tokoh-tokoh masyarakat yang berpengaruh. Meski demikian, penyebaran inovasi juga bisa langsung diterima oleh masyarakat luas tanpa melalui perantara. Menurut Rogers dan Shoemaker (1971), difusi merupakan suatu proses di mana suatu inovasi disebarluaskan kepada individu-individu yang menjadi bagian dari suatu sistem sosial. Rogers juga menjelaskan bahwa salah satu teori utama yang berkaitan dengan difusi inovasi adalah teori proses keputusan inovasi. Rogers membagi proses adopsi inovasi ke dalam lima kategori:

- a. *Innovators* (Inovator), Merupakan individu yang memiliki orientasi tinggi terhadap perubahan dan pembaruan. Mereka bersedia mengambil risiko, terbuka terhadap ide-ide baru, serta cenderung menjadi yang pertama dalam mencoba dan mengadopsi inovasi.
- b. *Early Adopter* (Pengadopsi Dini), Kelompok ini terdiri dari individu yang memiliki peran sebagai *opinion leader* dalam komunitasnya. *Early adopter* dijadikan rujukan oleh orang lain dalam menentukan pilihan terhadap suatu inovasi. Adopsi oleh kelompok ini sering kali menjadi tolok ukur keberhasilan awal penyebaran inovasi.
- c. *Early Majority* (Mayoritas Awal), Kelompok ini ditandai dengan pendekatan yang lebih berhati-hati terhadap perubahan. Mereka cenderung mengadopsi inovasi setelah mempertimbangkan bukti nyata dari efektivitas dan manfaat inovasi tersebut.
- d. *Late Majority* (Mayoritas Akhir), Individu dalam kategori ini cenderung skeptis terhadap inovasi dan baru akan mengadopsinya setelah mayoritas masyarakat telah melakukannya.
- e. *Laggard* (Kelompok Lambat Adopsi), Kelompok ini merupakan bagian dari masyarakat yang sangat tradisional dan konservatif. Mereka memiliki keterikatan kuat terhadap nilai-nilai lama dan sangat lambat dalam menerima perubahan. Inovasi baru hanya akan diterima jika sudah menjadi bagian dari sistem yang mapan dan tidak dapat dihindari.

Menurut Rogers (1995), difusi dapat diartikan sebagai suatu proses di mana inovasi disampaikan kepada anggota-anggota dalam suatu sistem sosial melalui saluran komunikasi tertentu dalam kurun waktu tertentu. Inovasi sendiri dipahami sebagai gagasan, praktik, atau benda yang dianggap baru oleh individu. Rogers juga mengemukakan bahwa teknologi merupakan rancangan untuk tindakan yang bersifat instrumental, yang bertujuan untuk mengurangi ketidakpastian dalam hubungan sebab-akibat dalam rangka mencapai hasil yang diharapkan. Lebih lanjut, ia menekankan bahwa teknologi bukan sekadar perangkat fisik, melainkan juga mencakup informasi yang mendasari penggunaannya. Menurut Rogers (1983), terdapat lima ciri utama yang memengaruhi tingkat adopsi suatu inovasi oleh individu atau kelompok masyarakat:

- a. *Relative Advantage* (Keunggulan Relatif), Ini merujuk pada seberapa jauh suatu inovasi dianggap lebih unggul dibandingkan dengan ide, metode, atau teknologi sebelumnya yang telah ada.
- b. *Compatibility* (Kesesuaian), Menggambarkan sejauh mana suatu inovasi sejalan dengan nilai-nilai sosial, kebiasaan, pengalaman sebelumnya, serta kebutuhan calon pengguna atau pengadopsinya.
- c. *Complexity* (Kerumitan), Menunjukkan tingkat kesulitan yang dirasakan dalam memahami atau menggunakan inovasi tersebut. Semakin rumit, semakin lambat biasanya proses adopsinya.

- d. *Trialability* (Kemungkinan untuk Dicoba), Merupakan sejauh mana sebuah inovasi dapat diuji coba atau dijalankan dalam skala kecil sebelum diimplementasikan secara penuh.
- e. *Observability* (Kemudahan Diamati), Menunjukkan seberapa mudah hasil dari penggunaan inovasi tersebut dapat dilihat atau diamati oleh orang lain, sehingga dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk ikut mengadopsinya.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengeksplorasi bagaimana kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) digunakan dalam penyajian berita, serta mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi oleh para penyiar dalam proses tersebut. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami secara mendalam pengalaman, pandangan, serta dinamika yang terjadi di balik penerapan AI dalam dunia penyiaran berita. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui dua teknik utama, yaitu wawancara mendalam dan studi pustaka.

Wawancara dilakukan secara langsung maupun daring terhadap sejumlah informan, seperti jurnalis atau reporter media yang memiliki pengalaman atau keterlibatan dalam dunia penyiaran. Wawancara ini bertujuan untuk menggali pandangan subjektif informan mengenai peluang pemanfaatan AI dalam mendukung efisiensi kerja jurnalistik, serta tantangan yang mereka hadapi, baik dari aspek teknis, etis, hingga profesionalisme jurnalistik. Dan studi pustaka dilakukan dengan menelaah berbagai sumber literatur yang relevan, seperti artikel jurnal ilmiah, dan regulasi terkait media dan teknologi. Studi ini bertujuan untuk memberikan landasan teoritis dan kontekstual terhadap fenomena yang dikaji. Metode penelitian ini merupakan prosedur yang digunakan peneliti dalam upaya mendapatkan data atau informasi guna memperoleh jawaban atas pertanyaan penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Peluang dan Tantangan Kecerdasan Buatan dalam Penyajian Berita Bagi Presenter**

Dalam era digital yang semakin berkembang, kemunculan teknologi kecerdasan buatan (AI) telah memberi pengaruh besar pada berbagai sektor, termasuk industri penyiaran. Peran presenter berita kini dihadapkan pada tantangan baru dengan hadirnya teknologi seperti presenter berbasis AI, text-to-speech (TTS), hingga avatar virtual. Berdasarkan wawancara sebanyak lima narasumber yang berprofesi langsung dalam dunia presenter telah dilakukan penulis dan memperoleh gambaran yang lebih nyata mengenai hal ini, yaitu bersama Dwi Lestari, presenter dari Radar Cirebon TV, yang saat ini bergelut di dunia penyiaran lokal.

Dalam wawancaranya, narasumber menyampaikan bahwa dirinya telah mulai terbiasa dengan kehadiran AI dalam proses penyiaran, terutama dalam tahapan riset dan produksi naskah. Teknologi tersebut digunakan untuk mencari data secara cepat, merumuskan skrip, hingga memetakan topik yang sedang ramai dibicarakan publik. Namun, penggunaan presenter AI secara langsung masih belum diterapkan di tempatnya bekerja.

*“Di stasiun tempat aku kerja, udah mulai keliatan tuh teknologi AI dipakai buat bantu nyari data cepet, nyusun skrip (aku sendiri kadang suka pake), bahkan buat nyari topik yang lagi rame. Lebih banyak masih di belakang layar sih yang pake.”*

Pernyataan ini menunjukkan bahwa integrasi AI dalam penyiaran masih lebih dominan pada peran pendukung, namun keberadaannya sudah mulai menjadi bagian dari rutinitas produksi konten berita.

*“Pernah sih mikir gitu, apalagi pas awal-awal denger soal presenter AI. Tapi makin ke sini aku ngeliatnya bukan ancaman, tapi lebih ke tantangan aja. Kita sebagai presenter manusia harus terus ngembangin diri, supaya tetap punya ‘nilai lebih’ yang nggak bisa digantiin sama mesin.”*

Dalam pernyataan tersebut ketika ditanya mengenai dampak AI terhadap profesi penyiar, Dwi mengakui bahwa ia sempat merasa khawatir akan keberlanjutan profesinya. Namun, seiring waktu, ia menyadari bahwa AI dapat menjadi alat bantu yang mendukung proses kerja penyiar manusia, bukan sepenuhnya pengganti. Ia menganggap AI sebagai tantangan yang harus dihadapi dengan cara terus mengembangkan kualitas diri dan mempertahankan nilai-nilai khas manusia yang belum bisa ditiru oleh mesin. Selain itu, narasumber melihat peluang kolaborasi antara manusia dan AI yang dapat meningkatkan efisiensi kerja. Ia menyebut bahwa AI bisa digunakan untuk riset cepat dan membantu

penyusunan naskah, sehingga penyiar bisa lebih fokus pada pengemasan dan penyampaian berita yang komunikatif dan empatik.

*“Kita bisa lebih fokus ke hal-hal yang AI belum bisa lakukan, kayak bikin hubungan emosional sama penonton, improvisasi, atau ngasih perspektif unik yang lebih manusiawi. Terus, kita juga bisa kerja bareng AI, kayak pake AI buat bantu riset atau persiapan sebelum siaran. Jadi malah bisa makin efisien.”*

Pernyataan tersebut menegaskan bahwa meskipun AI menghadirkan tantangan terhadap peran manusia, penyiar tetap memiliki peluang besar untuk berinovasi dengan memanfaatkan teknologi sebagai pendukung, bukan pengganti.

*“Berita itu bisa dipercaya atau nggaknya sebenarnya tergantung dari sumber dan proses produksinya sih, bukan siapa yang bacain. Tapi tetap aja ya, kalau AI yang bacain, kadang bikin kita agak ragu karena penyampaiannya belum se-empatik manusia.”*

Narasumber juga menyatakan keprihatinan terhadap potensi etis dari penggunaan presenter AI, terutama ketika teknologi digunakan untuk menyampaikan informasi tanpa kemampuan empati. Ia menyebut bahwa komunikasi satu arah yang kaku dan monoton dapat mengurangi kekuatan pesan dan membuat penonton tidak merasa terhubung secara emosional.

*“Kalau menurutku, itu menarik banget ya. Keren sih ngeliat teknologi bisa sampai segitunya. Tapi jujur aja, masih berasa ‘dingin’ gitu lho wkwk. Kayak ada yang kurang dari penyampaian beritanya. Mungkin karena belum ada rasa atau emosi yang bener-bener natural kayak manusia kali ya.”*

Pernyataan tersebut memperkuat temuan bahwa nilai emosional dan ekspresi spontan dalam komunikasi masih menjadi keunggulan utama manusia dalam dunia penyiaran. Oleh karena itu, menurut narasumber, penyiar manusia tetap memiliki peran penting, terutama dalam membangun kepercayaan audiens melalui penyampaian yang lebih empatik, komunikatif, dan humanis.

Wawancara juga dilakukan dengan Karin, presenter dari KSM UGJ TV, yang memiliki pengalaman langsung dalam penyiaran berita di tingkat kampus. Melalui wawancara ini, diperoleh pandangan kritis dan reflektif mengenai kehadiran teknologi AI dalam ruang produksi berita, serta bagaimana presenter manusia merespons perubahan tersebut baik secara teknis maupun emosional. Dalam wawancaranya, Karin menyampaikan bahwa teknologi AI telah digunakan cukup lama dalam aktivitas penyiaran yang ia lakukan, terutama untuk kebutuhan penulisan naskah berita dan penyuntingan kalimat hasil wawancara.

*“50.50, tentu ada sedikit kekhawatiran dengan pesatnya teknologi ini, namun tetap saja kita tidak boleh hopeless... saya lebih memikirkan bagaimana agar AI ini dapat membantu untuk menarik perhatian orang-orang di luar sana agar kembali menonton berita di televisi atau di platform lainnya.”*

Pandangan tersebut menegaskan bahwa integrasi AI tidak harus dihadapi dengan ketakutan, tetapi bisa diarahkan untuk menciptakan kembali minat audiens terhadap konten berita, asalkan dilakukan dengan strategi yang tepat.

*“Tantangannya tentu AI ini lebih proper dan sekarang sedang hype, jadi bagaimana caranya kita harus tetap eksis dan bisa memanfaatkan AI ini dengan baik.”*

Karin juga menekankan bahwa tantangan terbesar saat ini adalah menjaga eksistensi presenter manusia di tengah maraknya penggunaan AI yang dianggap lebih "proper" dan sedang menjadi tren.

*“Peluangnya banyak, intinya adalah dengan adanya kemajuan teknologi AI ini kita tidak boleh takut dan menghindar seakan-akan ini tidak mungkin ada, terima dan coba kelola... banyak peluang yang bisa digunakan untuk ke depannya.”*

Dari pernyataan-pernyataan tersebut, terlihat bahwa narasumber menempatkan AI sebagai mitra kerja, bukan pesaing, dan percaya bahwa sikap terbuka dan kolaboratif akan membuka jalan baru dalam dunia penyiaran.

*“Jika AI dikelola oleh seseorang yang profesional, yang memang dibuat ditujukan untuk penyiaran berita di media yang ternama, mungkin akan dipercaya... namun tetap ada waspada tidak boleh menelan mentah mentah berita apapun, dengarkan kemudian amati, ketahuilah setelahnya.”*

Pernyataan ini menunjukkan bahwa meskipun AI dapat menjadi alat penyampai berita yang kredibel, faktor kehati-hatian tetap diperlukan dalam menilai validitas informasi. Narasumber

menyoroti pentingnya sikap kritis publik dalam menanggapi perkembangan ini, terutama untuk mencegah penyebaran informasi yang menyesatkan.

Wawancara dilakukan bersama Aulia, salah satu presenter berita di KSM UGJ TV, yang turut memberikan pandangan kritis terhadap perkembangan teknologi kecerdasan buatan (AI) dalam dunia penyiaran. Dalam keterangannya, Aulia mengaku mengetahui adanya penggunaan AI oleh beberapa media, namun secara pribadi belum pernah terlibat langsung dalam praktik penyiaran yang menggunakan teknologi tersebut.

*“Saya sangat kecewa karena masih banyak potensi yang dapat digunakan melalui manusia asli... terobosan ini bagus dan sangat menarik cuma harus diperhatikan frekuensi penggunaannya juga.”*

Menanggapi kehadiran presenter AI seperti avatar virtual atau TTS (text-to-speech engine), Aulia menyampaikan kekhawatiran bahwa penggunaan AI secara berlebihan dapat mengurangi ruang kerja bagi penyiar manusia. Aulia melihat hal ini sebagai tantangan serius, terutama karena kehadiran AI berpotensi menyingkirkan peran manusia jika tidak digunakan secara bijak.

*“Presentasi berbasis AI yang saya tahu saat ini masih sangat kaku dan terkesan robot sekali, jadi dengerinnya kurang nyaman.”*

Penyajian seperti ini menurutnya menjadi bukti bahwa penyiar manusia masih memiliki kelebihan komunikasi alami yang belum bisa digantikan oleh mesin. Dalam hal penyajian, Aulia menilai AI masih terlalu kaku dan tidak nyaman didengar, berbeda dengan penyiar manusia yang memiliki ekspresi dan intonasi yang lebih natural.

*“Sangat mengancam! Karena jika terus-menerus teknologi ini dipakai di dunia penyiaran, manusia asli yang berpotensi akan kehilangan kesempatan dan efek samping dari AI ini sangat berbahaya.”*

Pernyataan ini menegaskan bahwa tantangan terbesar adalah potensi tergesernya penyiar manusia, khususnya jika dunia penyiaran tidak mampu menyeimbangkan antara teknologi dan keberdayaan SDM.

*“Peluang menunjukkan skill berkomunikasi yang berkesan santai dan tidak kaku... karena bagaimanapun menyampaikan AI dan manusia asli akan jauh berbeda.”*

Peluang ini menjadi jawaban atas tantangan tersebut: manusia bisa tetap unggul melalui pendekatan yang lebih ekspresif dan personal.

*“Sumber beritanya harus kredibel... yang saya dengar adalah isi beritanya, bukan siapa yang menyampaikannya.”*

Pernyataan ini menyentuh pada aspek kepercayaan, di mana Aulia menekankan bahwa kualitas informasi tidak bergantung pada siapa yang membacakan, tetapi pada validitas sumber berita tersebut. Namun, ia juga mengingatkan pentingnya sikap etis dan kehati-hatian, terutama dalam menyikapi informasi yang belum tentu jelas asal-usulnya. AI sebagai alat bisa digunakan untuk tujuan baik maupun manipulatif, tergantung siapa yang mengendalikannya dan seberapa ketat proses redaksionalnya.

Berdasarkan hasil wawancara mendalam yang dilakukan terhadap narasumber Anin, sebagai presenter berita KSM Idental Radio FISIP UGJ yang saat ini masih aktif menggunakan pendekatan manual dalam proses penyiaran, penulis memperoleh wawasan penting mengenai peluang dan tantangan yang dihadapi oleh presenter asli (manusia) dalam menghadapi integrasi teknologi kecerdasan buatan (AI), serta bagaimana aspek etika, kepercayaan, dan keaslian informasi dipengaruhi oleh kehadiran presenter berbasis AI. Penerapan teknologi AI dalam dunia penyiaran berita menghadirkan dua sisi yang saling bertolak belakang: satu sisi membuka peluang efisiensi dan kreativitas, di sisi lain menciptakan kekhawatiran akan tergesernya peran manusia. Dalam wawancaranya, narasumber Anin menyatakan:

*“Sudah pasti ada, apalagi jaman sekarang yang apapun itu sudah menggunakan teknologi AI”.*

Dalam hasil wawancara di atas, penulis melihat bahwa narasumber menunjukkan adanya kesadaran kuat terhadap ancaman eksistensial profesi presenter seiring meningkatnya otomatisasi dan digitalisasi dalam industri media. Meskipun begitu, narasumber juga melihat terdapat adanya ruang kolaborasi antara AI dengan presenter manusia. Salah satu bentuk integrasi positif yang disebutkan adalah pemanfaatan AI dalam pembuatan naskah berita:

*“Bisa berdampingan dengan AI salah satu contoh nya, membuat script di AI lalu revisi saja sedikit menggunakan bahasa sendiri, tetapi tetap manusia yang membawakan berita tersebut.”*

*atau contoh lebih besarnya bisa mencoba untuk menjadi influencer membuat YouTube atau hal lainnya”.*

Pernyataan tersebut menunjukkan strategi adaptif yang dapat dijalankan oleh seorang presenter agar tetap relevan dan berdaya saing. Narasumber bahkan menambahkan alternatif pengembangan karir melalui *platform* digital seperti YouTube dan *platform* lainnya. Hal ini menegaskan bahwa transformasi digital tidak selalu menghilangkan peran manusia, tetapi justru memperluas bentuk-bentuk penyiaran di luar lembaga media konvensional. Tantangan lain yang dikemukakan oleh narasumber Anin adalah terkait hilangnya aspek emosional dalam penyampaian berita oleh AI.

*“Mungkin kurangnya sentuhan manusia, AI itu teknologi yang tidak memiliki perasaan. Jadi, cara penyampaiannya pun akan terlihat datar, tidak ada empati. bahkan berita yang disampaikan nya pun akan terasa biasa saja dan tidak menyentuh hati penonton/emosional yang didapat”.*

Pernyataan di atas, memperkuat temuan bahwa nilai afeksi dan ekspresivitas dalam komunikasi masih menjadi keunggulan utama manusia yang sulit ditiru oleh AI. Oleh karena itu, tantangan utama presenter bukan hanya pada aspek teknis, melainkan pada bagaimana mempertahankan nilai-nilai komunikasi humanistik di tengah dominasi teknologi. Dalam konteks kredibilitas dan kepercayaan publik, narasumber menunjukkan sikap kritis terhadap penggunaan presenter AI. Ia menegaskan bahwa keakuratan berita AI sangat tergantung pada sumber informasi dan pengawasan redaksional:

*“Akan jadi akurat jikalau berita tersebut diambil dari media resmi atau jurnal yang sudah jelas. Tetapi kalau berita terbaru yang masih belum jelas kebenarannya, AI bisa salah. Pertimbangan utamanya AI tetap diawasi oleh tim agar hasilnya lebih akurat.”*

Pernyataan tersebut mengindikasikan bahwa AI belum sepenuhnya mandiri dalam menentukan kebenaran informasi. Dalam praktiknya, AI memerlukan intervensi manusia sebagai pengawas dan penyunting akhir, terutama dalam menghadapi berita-berita yang bersifat spekulatif atau sedang berkembang. Selain itu, penggunaan presenter AI juga menimbulkan isu etika, terutama terkait keaslian informasi dan potensi manipulasi. AI yang menyampaikan berita tanpa empati, dengan gaya monoton dan statis, dapat mengaburkan batas antara fakta dan opini, serta melemahkan daya kritis publik. Hal ini menjadi perhatian penting dalam ranah jurnalisme, di mana otentisitas dan nilai kemanusiaan dalam komunikasi merupakan bagian integral dari etika penyiaran.

Selanjutnya wawancara yang dilakukan terhadap narasumber lain, yaitu Bagas, yang juga sebagai seorang presenter berita KSM Idental Radio FISIP UGJ. Dalam wawancaranya, narasumber Bagas menyatakan:

*“Iya, karena bisa saja dengan adanya teknologi ini akan menggantikan peran manusia sebagai presenter yang dimana nantinya akan meningkatkan juga angka pengangguran nantinya”.*

Ketika narasumber ditanya mengenai dampak AI terhadap peran presenter manusia, jawaban tersebut menunjukkan bahwa narasumber menyadari adanya risiko penggeseran peran manusia secara struktural, terutama ketika AI tidak hanya dipakai sebagai alat bantu produksi tetapi mulai mengambil alih fungsi representasi visual dan suara dalam berita. Akan tetapi, narasumber tidak memandang bahwa kehadiran AI sepenuhnya merusak. Ia menyebut bahwa AI justru dapat digunakan sebagai alat pendukung presenter asli (manusia) dalam menciptakan penyampaian yang lebih menarik. Menurut Bagas:

*“Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi AI kita bisa membuat penyampaian berita yang akan disampaikan dibuat lebih menarik seperti dengan adanya visualisasi digital dan lainnya dengan menggunakan AI tersebut”.*

Pernyataan narasumber tersebut mengindikasikan adanya peluang antara kemampuan manusia dengan teknologi, di mana presenter dapat memanfaatkan fitur-fitur visual, animasi, atau elemen grafis berbasis AI untuk mendukung narasi verbal, dan bukan menggantikannya.

*“Tantangan terbesar yang dihadapi sebagai penyiar ketika teknologi AI mulai terlihat yaitu adanya berita hoax yang dibuat oleh AI sehingga dalam membuat berita harus lebih teliti lagi salah satu contohnya adalah gambar/video AI yang semakin canggih, dimana dapat menirukan gerakan serta suara manusia. Maka dari itu kita harus lebih berhati-hati agar tidak selalu percaya terhadap berita yang ada kita harus lebih hati-hati dan memilih berita dengan baik dan benar”.*

Bagas menyebutkan bahwa teknologi seperti *deepfake* semakin mampu menirukan manusia secara meyakinkan, sehingga berisiko memanipulasi persepsi publik. Oleh sebab itu, menurutnya, Masyarakat harus lebih teliti dan kritis dalam memilih dan mempercayai informasi.

*“Sebaiknya dalam mencari dan mengambil sebuah berita kita sebagai pendengar wajib memeriksa kembali berita yang kita pilih apalagi dari adanya AI bisa saja ada berita hoax yang dibuat oleh AI”.*

Serta ketika membahas kepercayaan berita yang dibawakan oleh presenter AI, narasumber menunjukkan sikap hati-hati dan kritis. Ia menegaskan bahwa AI bisa saja menjadi sumber informasi yang tidak akurat atau bahkan memproduksi hoaks. Pernyataan narasumber tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap berita AI tidak bersifat otomatis, dan verifikasi manusia tetap menjadi kunci utama dalam menjaga kualitas dan keaslian informasi. AI dipandang sebagai alat bantu, bukan sebagai jaminan kebenaran.

Berdasarkan wawancara dengan lima narasumber, dapat disimpulkan bahwa kehadiran teknologi AI dalam penyiaran dipandang sebagai tantangan sekaligus peluang. Para presenter menyadari bahwa AI mampu membantu proses produksi seperti penulisan naskah, namun khawatir jika penggunaannya berlebihan dapat menggeser peran manusia. Mereka menilai presenter manusia masih unggul dalam hal komunikasi emosional dan penyampaian yang natural. Dari sisi etika dan kepercayaan, narasumber menekankan pentingnya kredibilitas sumber berita dan peran manusia dalam mengawasi serta memverifikasi informasi, mengingat penyampaian oleh AI cenderung kaku dan berisiko memunculkan misinformasi jika tidak diawasi dengan baik.

### **Relevansi Teori Difusi Inovasi dengan Kecerdasan Buatan dalam Penyajian Berita**

Konsep Difusi Inovasi dari Everett M. Rogers menjadi landasan yang penulis pilih untuk menjelaskan bagaimana teknologi AI, khususnya dalam peran presenter virtual, mulai dikenali, direspons, dan diadopsi secara bertahap oleh para praktisi penyiaran. Teori ini membagi tingkat penerimaan inovasi ke dalam lima kategori: *innovators*, *early adopters*, *early majority*, *late majority*, dan *laggards*, serta mempertimbangkan lima dimensi utama yang memengaruhi adopsi teknologi, yaitu keuntungan relatif, kesesuaian, tingkat kerumitan, kemudahan diuji coba, dan tingkat keterlihatan manfaat.

#### **a. Pengetahuan dan Keterlibatan terhadap Teknologi AI**

Tingkat adopsi teknologi AI di kalangan narasumber cukup bervariasi. Beberapa dari mereka baru sebatas mengetahui penggunaannya dalam dunia penyiaran, seperti yang diungkapkan narasumber berikut:

*“Kalau mengetahui saya hanya tahu sebatas beberapa media sudah ada yang mencoba pakai Teknologi AI untuk dunia siaran, namun saya belum pernah terlibat langsung menggunakan AI untuk siaran.”*

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa narasumber termasuk dalam kelompok *early majority*, yaitu individu yang belum mencoba secara langsung, tetapi memiliki kesadaran terhadap keberadaan inovasi tersebut. Di sisi lain, terdapat narasumber yang telah memanfaatkan AI dalam aspek teknis produksi:

*“Baik, selama berkegiatan utv berlangsung kebetulan saya bagian dari penyiaran berita juga tentunya, AI sudah menjadi bagian yang cukup lama saya gunakan untuk kebutuhan penyiaran berita dalam hal pembuatan skrip berita, ataupun membantu dalam perbaikan kalimat wawancara untuk narasumber.”*

Narasumber ini mewakili kelompok *early adopters*, karena telah mengintegrasikan AI ke dalam praktik profesionalnya. Dari perspektif teori, hal ini menunjukkan bahwa inovasi ini memiliki tingkat *trialability* dan *observability* yang tinggi, karena dapat digunakan dalam skala kecil dan hasilnya cepat terlihat, misalnya, peningkatan efisiensi dalam pembuatan naskah.

#### **b. Respons terhadap Kehadiran Presenter AI**

Pandangan terhadap presenter berbasis AI juga memperlihatkan perbedaan posisi dalam proses adopsi. Narasumber menyampaikan kekhawatirannya:

*“Saya sangat kecewa karena masih banyak potensi yang dapat digunakan melalui manusia asli... penggunaan avatar virtual sangat merugikan banyak pihak,”*

Pernyataan ini menunjukkan resistensi dari sisi *compatibility*, di mana inovasi dinilai tidak sesuai dengan nilai kerja dan sosial yang telah ada. Narasumber ini dapat dikategorikan dalam kelompok *late majority* atau bahkan *laggards*. Sementara itu, narasumber lain lebih fleksibel dalam memaknai kehadiran presenter AI:

*"...dari permasalahan tersebut sebenarnya dengan kehadiran presenter berbasis AI ini tidak ada yang signifikan akan menghambat, karena sejauh apapun fitur AI membentuk pola produksi presenter hasilnya akan tetap berbeda dengan human real dan situasi real time, jadi presenter AI hanya untuk hiburan saja"*

Salah satu narasumber mengakui manfaat AI meski tetap melihat adanya ancaman, hal ini menunjukkan adanya kesadaran akan *relative advantage AI*, namun belum sepenuhnya sesuai dengan harapan akan *compatibility* nilai kemanusiaan dalam dunia penyiaran.

*"...dengan memvisualisasikan dengan Avatar virtual berita yang dibawakan bisa menjadi lebih menarik namun terdapat juga kekurangan yang ada salah satunya yaitu berkurangnya lapangan pekerjaan."*

#### c. Perbedaan Antara AI dan Presenter Manusia

Sebagian besar narasumber menekankan bahwa kehadiran manusia dalam penyiaran membawa kelebihan yang belum bisa digantikan AI, beliau menyebut:

*"Yang paling keliatan tuh di rasa dan spontanitas. Presenter manusia itu bisa nambahin ekspresi, intonasi, bahkan kadang jokes tipis-tipis biar penonton nggak bosan. Kalau AI, ya meskipun udah canggih, tetap aja belum bisa nunjukin "rasa" itu se-autentik manusia. Dan mungkin komunikasinya cuma 1 arah aja klo pake ai."*

Hal serupa diutarakan narasumber lain yang menekankan perbedaan akan terlihat jelas.

*"...AI ini punya ciri khas yang tidak akan mungkin menyerupai persis manusia secara asli, sisi background, pengucapan kata, dialog, gesture, mimik wajah, itu masih bisa kita lihat kalo ini AI, beda dengan manusia, produksinya sangat nyata, memiliki ciri khas dari suara yang hanya dimiliki orang tersebut, mimik wajah yang sesuai, gesture alami."*

Pernyataan-pernyataan ini menunjukkan bahwa *relative advantage AI* sebagai presenter belum sepenuhnya unggul dibanding manusia, terutama dalam hal *observability* aspek emosional dan *compatibility* dengan nilai penyampaian yang hangat.

#### d. Ancaman terhadap Profesi Presenter

Kekhawatiran terhadap tergesernya peran manusia menjadi perhatian banyak narasumber. Narasumber menyatakan dengan tegas:

*"Sangat mengancam! Karena jika terus-menerus teknologi ini dipakai di dunia penyiaran, manusia asli yang berpotensi akan kehilangan kesempatan dan efek samping dari AI ini sangat berbahaya."*

Disisi lain salah satu narasumber bahkan mengaitkan dampaknya dengan masalah sosial, namun ada juga narasumber yang mencoba mengubah ancaman menjadi peluang.

*"50.50, tentu ada sedikit kekhawatiran dengan pesatnya teknologi ini, namun tetap saja kita tidak boleh hopeless, dalam artian mau tertinggal pesatnya digital sekarang, mungkin dengan adanya AI ini saya sebagai salah satu presenter manusia, lebih memikirkan bagaimana agar AI ini dapat membantu untuk menarik perhatian orang-orang diluar sana agar kembali menonton berita di televisi entah di platform lainnya."*

Pergeseran ini menandakan perbedaan sikap dari kelompok *laggards* ke *early adopters* yang melihat AI bukan sebagai pengganti, tetapi alat bantu.

#### e. Tingkat Kepercayaan terhadap Berita dari Presenter AI

Meskipun secara umum narasumber setuju bahwa kredibilitas berita tergantung pada sumber, bukan penyampainya, namun ada catatan soal pentingnya pengawasan. Narasumber mengatakan:

*"...yang saya dengar adalah isi beritanya, bukan siapa yang menyampaikannya, jadi selama isi berita itu benar ada nya tidak jadi masalah besar..."*

Namun, narasumber lain juga memperingatkan:

*“Sebaiknya dalam mencari dan mengambil sebuah berita kita sebagai pendengar wajib memeriksa kembali berita yang kita pilih apalagi dari adanya AI bisa saja ada berita hoax yang dibuat oleh AI.”*

Pernyataan ini menunjukkan bahwa meski AI memiliki *observability* yang cukup dalam menyampaikan informasi, masih dibutuhkan peningkatan *trustworthiness* dan pengawasan dari manusia. *Trialability* dari AI sebagai penyampai informasi memang mudah, tetapi *complexity* muncul dalam bentuk validasi dan etika penyiaran.

f. Peluang yang Bisa Diambil oleh Presenter Manusia

Mayoritas narasumber sepakat bahwa manusia tetap punya tempat, terutama dalam aspek kreativitas dan empati. Salah satu narasumber menyarankan:

*“Banyak sebenarnya. Kita bisa lebih fokus ke hal-hal yang AI belum bisa lakuin, kayak bikin hubungan emosional sama penonton, improvisasi, atau ngasih perspektif unik yang lebih manusiawi. Terus, kita juga bisa kerja bareng AI, kayak pake AI buat bantu riset atau persiapan sebelum siaran. Jadi malah bisa makin efisien.”*

Pernyataan ini menunjukkan bahwa *trialability* mulai meningkat, dan presenter manusia yang berada pada fase *early majority* mulai melihat AI sebagai alat bantu untuk meningkatkan produktivitas, bukan penghalang.

g. Tantangan dalam Produksi Berita yang Menggunakan AI

Tantangan yang dihadapi narasumber meliputi ketergantungan terhadap AI dan kehilangan kualitas emosional dalam penyampaian. Beliau menyatakan:

*“Kurang bisa eksplor, tantangan lainnya berada dalam proses brainstorming kadang-kadang kalau AI sudah terlibat dalam produksi berita kadang kita terlena dan jadinya menggampangkan segala hal...”*

Sementara itu narasumber lain menyampaikan:

*“Tantangan terbesar sebagai penyiar ketika teknologi AI mulai terlihat yaitu adanya berita berita hoax yang dibuat oleh AI sehingga dalam membuat berita harus lebih teliti lagi salah satu contohnya adalah gambar/video AI yang semakin canggih dimana dapat menirukan gerakan serta suara manusia maka dari itu kita harus lebih berhati-hati agar tidak selalu percaya terhadap berita yang ada kita harus lebih hati-hati dan memilih berita dengan baik dan benar.”*

Hal ini menunjukkan adanya kekhawatiran terhadap *complexity* dan risiko yang muncul dari penggunaan AI tanpa kontrol manusia yang memadai.

Berdasarkan kutipan-kutipan langsung dari narasumber, terlihat bahwa adopsi AI dalam dunia penyiaran masih berada pada fase transisi antara *early majority* dan *late majority*. Sebagian sudah mulai memanfaatkan AI untuk tugas-tugas teknis seperti penulisan naskah, namun mayoritas masih menolak keberadaan presenter AI secara penuh karena alasan kompatibilitas nilai, ketulusan emosi, dan ancaman terhadap profesi.

Kelima karakteristik dari teori difusi inovasi dapat diamati dengan jelas: *Relative Advantage*, AI membantu dalam efisiensi, namun masih kalah dalam penyampaian emosional. *Compatibility*, banyak narasumber merasa AI belum sesuai dengan nilai-nilai penyiaran berbasis kemanusiaan. *Complexity*, kekhawatiran terhadap hoaks dan kurangnya empati menjadikan adopsi penuh masih terhambat. *Trialability*, banyak narasumber sudah mencoba AI dalam aspek tertentu (naskah, riset). *Observability*, manfaat AI cukup terlihat di belakang layar, namun belum kuat untuk menggantikan presenter manusia.

## KESIMPULAN

Pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan (AI) dalam ranah penyiaran berita telah membawa perubahan besar, baik dari sisi potensi maupun tantangan yang harus dihadapi oleh para presenter. Dari hasil wawancara dengan sejumlah praktisi, dapat diketahui bahwa AI mulai banyak digunakan untuk mendukung tugas teknis seperti menyusun naskah dan melakukan riset cepat. Ini menunjukkan bahwa AI cukup mudah diakses dan manfaatnya dapat langsung dirasakan. Meski begitu, pemanfaatan AI sebagai pembawa berita utama masih menimbulkan keraguan, karena belum mampu menandingi kemampuan manusia dalam hal penyampaian yang emosional, hangat, dan penuh empati. Artinya,

keberadaan teknologi ini masih belum sepenuhnya selaras dengan nilai-nilai kemanusiaan yang menjadi dasar dalam profesi penyiaran.

Jika ditinjau melalui pendekatan Teori Difusi Inovasi dari Everett M. Rogers, sebagian besar narasumber menunjukkan sikap hati-hati yang menempatkan mereka dalam kategori *early majority* hingga *late majority*. Meski AI menawarkan efisiensi dalam kerja, kekhawatiran terhadap tingkat kesulitan penggunaannya, ancaman terhadap keberlangsungan profesi penyiar, serta risiko penyebaran informasi palsu menjadi penghalang utama penerimaan teknologi ini secara menyeluruh. Oleh karena itu, pendekatan terbaik yang bisa diambil saat ini adalah menjadikan AI sebagai alat bantu, bukan pengganti. Teknologi dimanfaatkan untuk mendukung bagian teknis, sementara tugas utama dalam menyampaikan berita tetap dipegang oleh manusia yang mampu berkomunikasi secara hangat, etis, dan menyentuh sisi emosional audiens.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badri, M. (2020). Adopsi Inovasi Aplikasi Dompot Digital di Kota Pekanbaru. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(1), 120. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i1.1335>
- Fadhilah, A. R., a Hanani, R., & Kismartini, K. (2023). DIFUSI INOVASI PELAYANAN SEDINO MESTI DADI (SEMEDI) KABUPATEN SRAGEN. *Journal of Public Policy and Management Review*, 12(3), 217 - 235. <https://doi.org/10.14710/jppmr.v12i3.39825>
- Malik, C. H., Auliya, N. F., & M. I. (2022). Penggunaan Aplikasi Peduli Lindungi oleh Lansia Ditinjau dari Teori Difusi Inovasi. *JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 10(2), 159-176. Retrieved Juni 2025
- Maihani, Syarifah., dkk. (2023). Peran Kecerdasan Buatan Artificial Intelligence (AI) dalam Inovasi Pemasaran. *Jurnal Warta Dharmawangsa*, 17(4), 1651-1661.
- Mailin., dkk. (2022). Teori Media/Teori Difusi Inovasi. *Jurnal Guru Kita*, 6(2).
- Manongga, D., Rahardja, U., Sembiring, I., Lutfiani, N., & Yadila, A. B. (2022). Dampak Kecerdasan Buatan Bagi Pendidikan. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 3(2), 110-124.
- Nuraini, R. (2024). Respons Khalayak pada Penerapan Artificial Intelligence dalam Industri Komunikasi: Studi Kasus Presenter Buatan oleh tvOne. *JOURNAL OF MEDIA AND COMMUNICATION SCIENCE*, 7(1), 34-48. Retrieved Juni 2025, from <https://jcomm.unram.ac.id/index.php/jcomm/article/view/258>
- Nurhakim, C. G., & Harahap, A. S. (2024). Daya Tarik Presenter AI dan Kepuasan Followers Terhadap Berita di Instagram TVONE.AI. *Jurnal Publish*, 3(2), 130-243. Retrieved Juni 2025, from <https://journal.univpancasila.ac.id/index.php/publish/article/view/7735/3295>
- Prajoko, Roso. (2020). Membangun Media Penyiaran yang Berdaulat. *Intelektiva: Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 1(9), 41-47.
- Restendy, M. S., dkk. (2021). Gaya Penyampaian Presenter Program Acara “Tonight Show” dalam Menarik Minat Penonton. *JCS: Journal of Communication Studies*, 1(2), 115-135.
- Sundar, S. S. (2020). The MAIN Model: A Heuristic Approach to Understanding Technology Effects on Credibility. In S. Sundar (Ed.), *The Handbook of the Psychology of Communication Technology* (pp.17–34). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118426456>
- Sudaryanto, A. P., & Hanny, Stevy (2023). Manajemen Sumber Daya Manusia Sektor Publik Menghadapi Kemajuan Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence). *Musamus Jpurnal of Public Administration*, 6(1).
- Tanjung, D. F., & MM, Suteki. (2024). Peran Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence) Dalam Pendidikan Agama Islam. *JURNAL ABSHAR: Jurnal Hukum Keluarga Islam, Pendidikan, Kajian Islam Dan Humaniora*, 4, 21–26.