

# PENDAMPINGAN PENGGUNAAN AI DALAM JURNALISTIK MELALUI PENDEKATAN JURNALISTIK VERIFIKASI

*Assisting the Use of AI in Journalism through a Verification-Journalism Approach*

Faisyal; Abdul Haris

Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Bung Karno

\*Email: faisyal.chan@gmail.com; abdul.haris@ubk.ac.id

**Abstract:** *Journalism is a profession that is always in contact with technology. Along with the development of telecommunications technology, journalism has changed its production processes by using artificial intelligence (AI). Although AI offers various conveniences, it still has weaknesses and must be used cautiously because inaccurate data can produce information bias. The public may consume incorrect news and consequently develop incorrect perceptions and behavior. Verification journalism can reduce information bias in work produced by journalists using AI assistance. Its principles require journalists to remain careful and to prioritize ethics and truth in journalistic work.*

**Keywords:** Artificial intelligence; Verification journalism; Journalistic ethics; Information bias; News production

**Abstrak:** Jurnalisme merupakan profesi yang selalu bersentuhan dengan teknologi. Seiring perkembangan teknologi telekomunikasi, proses produksi jurnalistik berubah dengan memanfaatkan kecerdasan buatan (AI). Meskipun menawarkan berbagai kemudahan, AI tetap memiliki kelemahan dan harus digunakan secara hati-hati karena data yang tidak akurat dapat menghasilkan bias informasi. Publik dapat mengonsumsi berita yang salah sehingga membentuk persepsi dan perilaku yang keliru. Jurnalisme verifikasi dapat mengurangi bias informasi dalam karya jurnalis yang menggunakan bantuan AI. Prinsipnya menuntut jurnalis untuk tetap cermat serta mengutamakan etika dan kebenaran dalam kerja jurnalistik.

**Kata Kunci:** Kecerdasan buatan; Jurnalisme verifikasi; Etika jurnalistik; Bias informasi; Produksi berita

## 1. Pendahuluan

Sampai sekarang jurnalistik masih menjadi agen penyebar informasi yang dipercaya masyarakat. Berita-berita yang diproduksi wartawan masih menjadi rujukan masyarakat dalam melihat satu peristiwa. Termasuk saat mau melakukan analisis terhadap semua fakta sosial, politik, ekonomi, agama dan budaya – masyarakat masih menggunakan berita sebagai pahan rujukan. Saat ini didunia jurnalistik hadir ornament baru, yaitu kecerdasan buatan. Kehadiran AI seperti pisau bermata dua – bisa berdampak positif dan negatif. Dampak positifnya, bisa membantu wartawan dalam mengolah data dan pengecekan data di tengah kelimpahan data sebagai konsekuensi perkembangan teknologi digital. Perusahaan media sekarang sudah banyak mengintegrasikan AI dalam penyusunan konten berita. Integrasi tersebut memungkinkan untuk menyusun artikel, mengumpulkan data, dan memberikan rekomendasi konten secara lebih cepat dan efisien. Dengan menggunakan AI, jurnalis dapat memilah informasi dari sejumlah besar dokumen dengan lebih cepat menggunakan machine learning.

Dampak positif lainnya, kehadiran kecerdasan buatan juga bisa menciptakan nilai lebih dalam pendistribusian konten yang dipersonalisasi kepada pelanggan. Dengan menggunakan kecerdasan buatan, berita tertentu bisa dikirimkan ke demografi pelanggan yang tepat pada momen yang tepat pula. Sehingga dapat meningkatkan keterlibatan audiens, akhirnya bisa menaikkan pendapatan perusahaan. Sementara dampak negatif dari penggunaan kecerdasan buatan adalah bias informasi. Sebab data yang berasal dari kecerdasan buatan salah atau tidak akurat, lalu digunakan sebagai bahan berita. Dalam jurnalis, data yang benar dianggap bisa menjadi jalan menuju jurnalisme berkualitas. Data berperan penting dalam membantu kerja-kerja jurnalistik. Data merupakan salah satu bentuk upaya dalam melakukan transformasi profesi jurnalis dan menjaga relevansi jurnalis. Inilah yang disebut jurnalisme data dalam arti sederhana merupakan jurnalisme yang dikerjakan dengan data. Jurnalisme ini berkaitan dengan memperlakukan data sebagai bahan atau sumber yang melengkapi pengamatan, pernyataan pejabat, maupun pendapat ahli. Terdapat dua jenis data yang dapat digunakan untuk menghasilkan berita yang berkualitas. Keduanya merupakan data kuantitatif seperti data statistik dan data kualitatif yang berupa kumpulan fakta maupun timeline. Jurnalisme data dapat membantu jurnalis dalam mendudukkan persoalan agar memudahkan pembaca memahami sesuatu dengan baik. Frans Surdiasis, dosen Universitas Atmajaya menjelaskan, jurnalisme data dapat membantu jurnalis dalam mendudukkan persoalan agar memudahkan pembaca memahami sesuatu dengan baik. Kerangka besar pengetahuan yang berkaitan dengan jurnalisme data meliputi bagaimana cara wartawan dalam mendapatkan data, mengerti dan mengevaluasi data, dan menyajikan data. Data dapat digunakan sebagai cara untuk menjelaskan sesuatu atau yang disebut storytelling with data, bukan hanya menyampaikan sesuatu semata. (Detik.com, 2/3/2022). Yang menjadi pertanyaan adalah bagaimana jika data-data yang diambil data aplikasi kecerdasan buatan tersebut datanya tidak akurat? Jelas akan menjadi problem bagi jurnalis dan masyarakat. Jurnalis mengolah data yang salah, dan masyarakat pun mendapatkan berita yang salah. Banyaknya efek yang terjadi akibat masyarakat memperoleh berita salah, bisa menimbulkan kebingungan dan keresahan di masyarakat. Agar melahirkan berita yang benar, perlu diterapkan jurnalistik verifikasi – hingga data yang diambil wartawan dari kecerdasan buatan bisa disempurnakan dengan pendekatan jurnalistik verifikasi. Lahirlah produk berita yang berkualitas, yang baik diterima oleh masyarakat.

## 2. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah adalah cara yang rasional, empiris dan sistematis. Begitu juga dalam penelitian ini. Di sini peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan diskriptif. Penelitian kualitatif bertumpu pada berbagai aliran, tradisi atau orientasi teori yang kesemuanya menekankan pentingnya pengembangan dan penyusunan teori yang ditandai oleh induktif empiris (Suyanto & Sutinah, 2010: 177). Pendekatan ini bertujuan untuk mengurai kasus secara diskriptif. Dengan cara mengamati orang, lembaga atau objek penelitian yang berinteraksi dalam lingkungan sosial. Penelitian deskriptif akan membuat gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta, dan sifat pada suatu objek. Dalam pandangan penelitian kualitatif, gejala tersebut bersifat *holistic* (menyeluruh tidak dapat dipisah-pisahkan), hingga penulis menggunakan pendekatan kualitatif, tidak menetapkan penelitiannya hanya berdasarkan variabel penelitian. Tetapi secara keseluruhan dari situasi sosial yang diteliti, meliputi aspek tempat, pelaku dan aktivitas berinteraksi. (Sugiyono, 2014:287). Aspek-aspek tersebut menjadi pertimbangan dalam melakukan penelitian. Karena dalam pendekatan kualitatif terlalu banyak masalah yang musti urai. Maka dalam penelitian kualitatif harus dilakukan pembatasan objek penelitian. Dengan demikian, batasan masalah yang akan diurai adalah penarapan jurnalistik verifikasi untuk pengawasan AI dalam dunia jurnalistik.

## 3. Kerangka Konseptual

Sebelum masuk dalam pembahasan jurnalistik verifikasi, dan persepsi khalayak tidak ada salahnya jika kita menafsirkan terlebih dahulu AI. AI adalah teknologi yang berhubungan dengan kecerdasan buatan. Teknologi tersebut memungkinkan komputer atau mesin untuk mempelajari pola-pola dalam data, dan membuat keputusan berdasarkan data tersebut. Pandangan lain menjelaskan, AI adalah bagian dari ilmu komputer yang mempelajari bagaimana membuat mesin (komputer) dapat melakukan pekerjaan seperti dan sebaik yang dilakukan oleh manusia, bahkan bisa lebih baik dari pada yang dilakukan manusia (Andri Kristanto, 2004). Hal serupa disampaikan Salomon dalam tulisannya berjudul *Filsafat Artificial Intelligence (AI) dan Kemanfaatan Untuk Mewujudkan Indonesia* (2024: 1023), AI akan mempermudah manusia dalam melakukan tugas dan tanggung jawabnya. AI sangat memanjakan manusia untuk mempertahankan hidup, serta membantu manusia untuk mencapai apa yang diinginkan. Menurut John McCarthy, dalam buku *Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence)*, karya Rakhmat Kurniawan (1:2020) dijelaskan, AI adalah untuk mengetahui dan memodelkan proses-proses berpikir manusia, dan mendesain mesin agar dapat menirukan perilaku manusia. Cerdas = memiliki pengetahuan + pengalaman, penalaran (bagaimana membuat keputusan & mengambil tindakan), moral yang baik. Agar mesin bisa cerdas (bertindak seperti & sebaik manusia) maka harus diberi bekal pengetahuan dan mempunyai kemampuan untuk menalar. Ada dua bagian utama yang dibutuhkan untuk aplikasi kecerdasan buatan, pertama, basis pengetahuan (*knowledge base*): berisi fakta-fakta, teori, pemikiran dan hubungan antara satu dengan lainnya. Kedua, motor inferensi (*inference engine*): kemampuan menarik kesimpulan berdasarkan pengetahuan. AI bekerja menggabungkan sejumlah besar data dengan cepat, pengolahan berulang, dan algoritme cerdas, memungkinkan perangkat lunak untuk belajar secara otomatis dari pola atau fitur dalam data.

AI bukanlah ilmu baru, ia sudah ada sejak tahun 1956. Saat itu, pada musim panas, beberapa para ilmuwan yang berasal dari lintas disiplin ilmu, seperti ilmu komputer, industri, dan disiplin ilmu lain – dari berbagai akademi berkumpul di Dartmouth College membahas potensi komputer dalam rangka menirukan atau mensimulasi kepandaian manusia. Beberapa ilmuwan yang terlibat, di antaranya Allen Newel, Herbert Simon, Marvin Minsky, Oliver Selfridge, dan John McCarthy. Sejak saat itu, para ahli mulai bekerja keras untuk membuat, mendiskusikan, mengubah dan mengembangkan sampai mencapai titik kemajuan yang penuh. Mulai dari laboratorium sampai pada pelaksanaan kerja nyata (Umi Kalsum, 2022).

### 3.1. Jurnalisme Verifikasi: Objektivitas dan Realitas

Konseptual berikutnya adalah jurnalisme verifikasi. Dalam dunia wartawan verifikasi merupakan hal yang sangat penting. Sebab verifikasi akan membedakan antara berita dengan hiburan dan propaganda. Bill Kovach dan Tom Rosenstiel dalam bukunya yang berjudul *Sembilan Elemen Jurnalisme* menjelaskan, untuk membedakan antara *infotainment*, seni, propaganda dengan jurnalistik adalah verifikasi (2006: 87). Bill Kovach dan Tom Rosenstiel menuturkan, propaganda penulis akan memisahkan fakta atau mengarang fakta – demi kepentingan persuasi dan manipulasi. Sementara fiksi memberikan kesan personal dari pada kebenaran. Sedangkan jurnalisme sejak awal produksi, fokus menceritakan apa yang terjadi sebenarnya dan setepat-tepatnya. Produk yang dibuat jurnalis adalah produk berdasarkan data yang valid dan sudah terverifikasi. Data yang digunakan data nyata, bukan fiksi. Tapi data yang benar-benar terjadi di lapangan dari narasumber dan peristiwa. Ini yang membedakan wartawan dengan seniman. Dalam setiap bekerja, seorang jurnalis harus bersikap transparan dan jujur – termasuk ketika sedang mengumpulkan data. Menggunakan prinsip, data dari sumber pertama lebih baik dari, pada sumber kedua dan seterusnya. Dalam jurnalistik verifikasi ada unsur penting, yaitu objektivitas. Dalam pandangan Bill Kovach dan Tom Rosenstiel, wartawan sulit lepas dari bias – sebab ada pengalaman personal dan budaya yang ada dalam diri wartawan punya potensi mempengaruhi wartawan, menyebabkan berita yang dibuat punya potensi menjadi bias. Di sinilah peran objektivitas, menetralkan atau menghilangkan unsur-unsur penyebab bias – termasuk yang disebabkan oleh partai politik. Jika wartawan sudah bisa masuk pada tahap ini, mereka disebut *realis* (2006:88), wartawan sudah bisa menyusun berita berdasarkan fakta. Dari fakta yang terpenting, turun ke bawah sampai fakta yang kurang penting. Tujuannya adalah membantu pembaca, atau penonton memahami persoalan. Awal abad ke- 20, sebagian wartawan meragukan tentang konsep *realis* ini, sebab sedang berkembang propaganda dan agen penghubung yang masuk dalam tubuh pers. Walter Lippman, seorang jurnalis senior, memberikan saran dengan meningkat ilmu pengetahuan wartawan. Wartawan harus menumbuhkan semangat ilmu pengetahuan di dalam dirinya. Memasukkan ilmu pengetahuan dan menggunakan metode intelektual dalam memverifikasi data. Sebab fakta sering bersifat kompleks, hingga memerlukan kaedah keilmuan yang tinggi saat mengolahnya.

### 3.2. Persepsi Khalayak

Persepsi berasal dari bahasa Inggris, yaitu *perception* yang berarti penglihatan, memandang lingkungannya melalui penginderaan. Sedangkan penginderaan adalah merupakan suatu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat penerima yaitu alat indera. Pada umumnya stimulus tersebut diteruskan oleh saraf ke otak melalui pusat susunan saraf dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Melanjuti uraian di atas, Robbins dalam bukunya yang berjudul *Prilaku Organisasi* menjelaskan lebih detail. Menurutnya, persepsi pertama kali muncul akibat stimulus inderawi dan dibantu oleh pengalaman. Karena setiap orang memiliki pengalaman yang berbeda-beda maka tentunya timbul bermacam-macam persepsi dan pesan akan sesuatu yang diamati. Bisa didefinisikan persepsi merupakan suatu pandangan seseorang dalam memaknai objek yang ada disekitarnya. Dalam hal ini, pandangan tersebut dapat diartikan sebagai penilaian seseorang terhadap objek yang dilihat, dan dirasakannya (Robbins, 2015:8). Tak jauh berbeda dengan makna lain, persepsi adalah suatu proses di mana seseorang menyeleksi, mengorganisasikan pikirannya dan menginterpretasikan stimulus yang datangnya dari lingkungan (Sobur, 2003:445). Lingkungan yang bergerak membuat manusia berpikir, hingga melahirkan penilaian. Sementara mana khalayak penerima, sasaran, pembaca, pendengar, pemirsa, audience, decoder, atau komunikasi. Khalayak adalah salah satu unsur dari proses komunikasi. Oleh karena itu, khalayak tidak boleh diabaikan sebab berhasil tidaknya suatu proses komunikasi sangat ditentukan oleh khalayak (Cangara, 2010: 157). Sedangkan Merrill dan Lowenstien menjelaskan, bahwa khalayak atau audien dapat diartikan sebagai konsumen dari komunikasi massa (Zaenal, 2016: 119). Sebelum ada media massa, khalayak merupakan sekumpulan penonton drama, permainan dan tontonan. Setelah berkembang komunikasi massa dan media massa, berkembang menjadi penerima pesan-pesan media massa, yang keberadaannya lebih heterogen dan jumlahnya lebih banyak. Dari penjelasan dua pandangan diatas dari dibuat kesimpulan, persepsi khalayak merupakan pandangan khalayak terhadap apa yang mereka dengar, lihat yang berasal dari lingkungan mereka. Hal-hal tersebut akan membentuk pandangan terhadap objek tersebut.

### 3.3. Media Massa

Di era sekarang manusia selalu bersentuhan dengan media massa. Media massa sudah menjadibagian dari kehidupan – yang tak bisa dipisahkan. Semenjak berkembang teknologi digital, berbagai platform media massa lahir menjadi sarana komunikasi masyarakat. Sekarang proses penyampaian informasi oleh media massa sangat cepat dan meluas, tanpa batas. Di ruang mana pun sekarang orang bisa mengakses informasi dari berbagai media massa. Tanpa media massa informasi tidak akan sampai ke masyarakat. Oleh sebab itu, masyarakat atau khalayak dalam pendekatan komunikasi massa musti memiliki sikap yang bijak dalam menerima berbagai informasi dari media massa. Media adalah bentuk jamak dari medium, yang berarti “tengah” atau “perantara”, sedangkan massa berasal dari bahasa Inggris, yaitu *mass* yang berarti “kelompok” atau “kumpulan”. Merujuk pada kedua kata ini secara sederhana bisa diartikan media massa adalah perantara atau alat-alat yang digunakan oleh massa dalam menjalin hubungan satu sama lain. Hafied Cangara menjelaskan, media massa adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber ke khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis, seperti surat kabar, film, radio, dan televisi (Cangara (2003:134). Sekarang media massa sudah berkembang ke teknologi digital, yang kecepatannya jauh melebihi media elektronik. Termasuk jangkauannya, media massa berbasis digital jauh lebih luas dan mudah diakses dari pada media elektronik. Dilihat dari kajian komunikasi budaya, kehadiran media massa berhubungan dengan perubahan pola tingkah laku dari suatu masyarakat, Ini menunjukkan bahwa posisi media massa dalam sosial budaya masyarakat sangat penting. Arus informasi yang disalurkan media massa memberikan berbagai pesan yang dapat mengubah pandangan masyarakat, menyebabkan peradaban ikut berubah. Perubahan social budaya yang disebabkan media massa bersifat masal, sebab yang membaca, menonton dan mendengar berjumlah tak terbatas.

## 4. Hasil dan Pembahasan

Secara prinsip kerja kehadiran AI dalam dunia jurnalistik dapat memberikan kemudahan tugas-tugas wartawan melalui sistem automasinya, seperti memberikan analisis data dan pengecekan data. Sekarang banyak industry media massa yang sudah mengintegrasikan AI dalam memproduksi berita. Integrasi AI dalam pekerjaan jurnalistik seperti menyusun artikel, mengumpulkan data, dan memberikan rekomendasi konten – jauh lebih cepat dan efisien dibandingkan dengan teknologi lama. Dengan menggunakan teknologi AI terjadi transformasi yang signifikan dalam pelaporan berita, analisis data dan proses penyampaian kepada khalayak – termasuk mengklasifikasi khalayak. Dengan menggunakan AI, wartawan dapat memilah informasi dari sejumlah data yang berjumlah besar dengan cepat bila menggunakan machine learning. Kuantitas kerja menjadi lebih maksimal – begitu pula ketika di lapangan. Kecepatan waktu sangat dibutuhkan wartawan ketika ada di lapangan. Apalagi media digital, kecepatan dan ketepatan waktu tayangan sangat menentukan untuk terhubung dengan khalayak. Cukup banyak aplikasi AI yang bisa digunakan jurnalis dalam proses bekerja, di antaranya teknologi presenter virtual. Konsep presenter virtual berita pertama kali diperkenalkan di media China. Sekarang beberapa televisi di Indonesia seperti TV One sudah menerapkan teknologi presenter virtual. Jurnalis senior TV One, Karni Ilyas tampil dengan avatarnya. Dua presenter lain, bernama Sasya dan Nadira, Jumat (21/4/2023), berbarengan dengan peluncuran media berbasis kecerdasan buatan tvOne.ai yang diklaim sebagai pelopor media AI di Indonesia – hadir dengan konsep presenter virtual (VOA, 05/05/2023). Kemunculan Sasya dan Nadira kemudian disusul Bhoomi – semuanya perempuan – dengan penampakan ketiganya yang berbeda secara fisik dan suara. Presenter virtual AI diklaim dapat mempercepat proses produksi berita yang sebelumnya memakan waktu cukup panjang kini dapat dipotong dan menjadi jauh lebih efisien. Efisiensi waktu yang menjadi keunggulan teknologi presenter AI ini memungkinkan stasiun berita untuk mengurangi biaya produksinya. Hal ini sangat menguntungkan bagi pemilik modal. Efisiensi biaya produksi yang diberikan AI mendorong pelaku usaha komunikasi massa televisi akan terus mengembangkan penggunaan AI dalam proses produksi. Tak hanya cepat dan efisien. Tampilan presenter virtual AI memberikan daya tarik tersendiri – bisa tampil lebih menarik. Termasuk saat menyajikan berita. Intonasi suara biasa diatur semerdu mungkin. Teknologi AI lain yang sering dan banyak digunakan wartawan adalah ChatGPT. merupakan chatbot yang dapat menjawab berbagai pertanyaan yang diinput melalui kolom

chat. Bayangkan saja dari membuat artikel hingga jurnal makalah lengkap dengan daftar isi dapat dilakukan oleh mesin cerdas ini. Eng. Ayu Purwarianti, Head of Artificial Intelligence Center at ITB menguraikan, ChatGPT adalah salah satu aplikasi Artificial Intelligence, lebih tepatnya di bidang natural language processing yang di dalamnya memanfaatkan Pre-trained Generative Large Language Model. Ini merupakan suatu model Artificial Intelligence yang awalnya dibangun dari data unsupervised. Cukup banyak jenis aplikasi teknologi IA yang bisa digunakan di industri jurnalistik. Tergantung kebutuhan wartawan, apakah untuk proses pencarian berita, produksi berita dan penayangan berita – termasuk yang berhubungan dengan marketing seperti identifikasi khalayak. Berbeda dengan wartawan sebelum era digital melahirkan konsep baru, yaitu jurnalisme digital. Jurnalisme digital dapat diartikan sebagai proses penyampaian, informasi dengan menggunakan media internet melalui penggabungan tulisan, audio dan video sehingga berita sebelumnya dapat diakses kembali oleh pengguna internet. Definisi lain menyebutkan jurnalisme digital adalah media digital yang digunakan oleh wartawan dalam proses jurnalisme (Marhamah, 2001:19). Jurnalisme digital merupakan hukum alam yang tidak bisa ditolak oleh wartawan. Perkembangan teknologi menjadibagian yang tak terpisahkan dalam pekerjaan wartawan. Pada era digital, budaya kerja wartawan lebih cepat dibandingkan wartawan konvensional. Kecapatan dalam menyampaikan berita ke khalayak menjadi prioritas. Menyebabkan wartawan terjebak dalam budaya pekerjaan seperti ini. Wartawan tidak lagi memikirkan akuratan data. Kesalahan yang sering terjadi dalam dunia jurnalisme digital, yaitu akurasi. Menyebabkan kredibilitas dan kualitas berita menjadi menurun – karena menyampaikan berita yang belum terverifikasi. Data-data yang mereka kumpulkan dan ambil dari AI diangkat sudah valid. Pada hal data-data yang berasal dari AI tersebut banyak yang salah, atau kebenarannya masih perlu dipertanyaan. Oleh wartawan data tersebut digunakan secara utuh, tanpa melakukan verifikasi. Di sinilah prinsip jurnalisme verifikasi berlaku. Wartawan musti benar-benar menggunakan prinsip ini. Kalau tidak, bisa berakibat fatal. Sebab wartawan menyampaikan informasi yang salah. Bill Kovach dan Tom Rosenstiel sangat menekankan pada wartawan agar selalu melakukan verifikasi dalam setiap mengumpulkan data. Ini yang membedakan antara wartawan dengan propagandis dan seniman. Wartawan tidak boleh memanipulasi data, atau salah dalam menggunakan data. Termasuk saat mengolah data. Data merupakan “suatu yang suci tidak boleh diperkosa”. Ini yang membedakan wartawan dengan profesi penulis lainnya, termasuk dengan sastrawan. Sejak awal produksi, wartawan sudah fokus pada cerita apa yang terjadi sebenarnya dan setepat-tepatnya. Dengan menggunakan data yang benar, dan sudah terverifikasi. Dalam elemen verifikasi ada unsur kehati-hatian saat melakukan pengolahan – tidak boleh ceroboha. Saat mengolah data, Bill Kovach dan Tom Rosenstiel menekankan tidak boleh ada kepentingan partai politik, kepentingan budaya, termasuk kepentingan personal atau pribadi, musti objektif. Walter Lippman menambahkan, tak hanya sampai di situ. Agar bisa melahirkan berita yang berkualitas, seorang jurnalis musti meningkatkan kemampuannya dengan berbagai ilmu pengetahuan, dan menggunakan metode-metode ilmiah saat melakukan verifikasi. Karena fakta di lapangan sering bersifat kompleks, hingga memerlukan kaedah keilmuan yang tinggi saat mengolahnya. Melihat budaya kerja jurnalis digital yang sering menggunakan data berasal dari AI seratus persen. Yakin bahwa data dari AI tersebut sudah besar, dan akurat. Perlu dipertanyakan kredibilitasnya. Sebab tidak semua data yang disajikan oleh AI sudah benar. Selain jurnalistik verifikasi, ada unsur lain yang bisa ditambahkan bagi wartawan ketika mau menggunakan AI dalam bekerja, yaitu etika. Dalam profesi ada etika yang menjadi dasar moral dalam bekerja – begitu pula dengan wartawan disebut Kode Etik Jurnalistik (KEJ). Arif Supriyono, Tenaga ahli Dewan Pers, dalam tulisannya yang berjudul AI dan Kode Etik Jurnalistik menguraikan, bahwa prinsip pemberitaan (sebuah berita) haruslah bersumber pada fakta. Fakta berarti sesuatu yang benar-benar terjadi dan bukan rekayasa. Penggunaan AI dalam pemberitaan menjadi persoalan. Secara etika, informasi yang ditampilkan AI tentulah berasal atau mengutip dari sumber lain. Ini jelas tidak bisa dihindari lantaran AI tidak melakukan tugas jurnalistik dengan melakukan liputan atau wawancara langsung terhadap narasumber. Oleh sebab itu, naskah yang diambil AI dari pelbagai sumber itu harus disebutkan asal usulnya. Ini jelas terkait dengan etika. Apalagi, karya jurnalistik pun tidak membolehkan pembuatan berita atau informasi yang bersifat menjiplak atau plagiasi. Penafsiran KEJ pasal 1 menyebutkan, wartawan dalam melaksanakan tugas jurnalistik menghasilkan berita faktual dan jelas sumbernya (poin d) serta tidak melakukan plagiat (poin g). Selain itu, wartawan juga harus menguji informasi atau melakukan cek dan ricek (penafsiran pasal 3 KEJ poin a). Dengan demikian, informasi yang disajikan AI dalam dunia jurnalistik haruslah memenuhi kaidah tersebut. Artinya, informasi itu harus bisa dipegang kebenarannya (Arief, 2024: 12). Cukup berisiko bagi khalayak yang menerima informasi salah. Pendekatan psikologi komunikasi menjelaskan persepsi masyarakat atau khalayak ditentukan media massa, dari informasi yang mereka terima. Pada tahap selanjutnya akan mengarah pada sikap dan perilaku. Efek ini disebut efek behavioral yang informasi yang mereka terima. Misalnya khalayak menonton adegan kekerasan dalam televisi atau film, akan menyebabkan orang tersebut punya potensi untuk bertindak beringas. Masih terkait AI dan jurnalistik. Tahun 2023 ada studi yang dilakukan Journalism AI London School of Economic, lembaga ini melakukan survei terhadap 100 organisasi berita dari 46 negara tentang penggunaan AI dan teknologi terkait antara April dan Juli 2023. Hasilnya 60 persen responden menyatakan kekhawatiran mereka mengenai implikasi etika AI terhadap nilai-nilai jurnalistik termasuk akurasi, keadilan dan transparansi serta aspek jurnalisme. Mereka khawatir mengenai implikasi etika terhadap profesi jurnalis. Meskipun 85 persen responden pernah bereksperimen dengan AI generatif seperti ChatGPT atau Google Bard untuk berbagai tugas, termasuk menulis ringkasan dan membuat berita utama, 60 persen mengatakan mereka juga ragu. Konten yang dihasilkan AI agar diperiksa kembali oleh manusia, untuk mengurangi potensi bahaya seperti bias dan ketidakakuratan Charlie Beckett, Direktur Proyek Journalism AI London School of Economic mengakui, AI ancaman potensial terhadap integritas informasi dan media berita. Namun AI juga dapat menjadi peluang luar biasa untuk menjadikan jurnalisme lebih efisien, dan efektif.

## 5. Kesimpulan

Memasuki era jurnalisme digital. Kehadiran AI dalam industri media massa tidak bisa dielakkan. Budaya kerja wartawan pun ikut berubah, kecepatan menjadi prioritas – sebab berhubungan dengan kebutuhan kecepatan informasi khalayak dalam memperoleh informasi. Akibatnya, media massa digital berlomba-lomba paling cepat dalam menyadik berita. Kehadiran

AI menjadi alat bantu dalam menjawab kebutuhan khalayak tersebut. Penggunaan AI dalam proses pengumpulan data, pengolahan dan penayangan berita menjadi lebih cepat dan efektif, jika dibandingkan dengan teknologi konvensional. Ditengah berubanya budaya kerja jurnalis digital, yaitu serba cepat. Namun wartawan musti tetap mengedakan akurasi dengan menggunakan prinsip jurnalisme verifikasi. Jurnalis harus memiliki komitmen yang tinggi kepada kebenaran, hingga informasi yang diakses khalayak adalah informasi besar. Data yang diolah dan disampaikan sudah terverifikasi. Penerapan prinsip jurnalisme verifikasi akan menyempurkan wartawan dalam memperoleh dan mengolah data. Berbeda dengan pekerjaan liputan langsung, dengan mengambil data dari AI. Informasi yang ditampilkan AI secara umum bukan berasal dari pekerjaan langsung dari tim AI, tapi berasal atau mengutip dari sumber lain. Secara etika jurnalistik jelas bertentangan – di mana pola kerja wartawan melakukan peliputan dan wawancara terhadap narasumber sebagai sumber primer. Sedangkan naskah-naskah AI berasal dari berbagai sumber lain, bersifat plagiasi atau menjiplak. Jurnalistik melarang melakukan plagiasi, dianggap melanggar etika. Proses verifikasi sumber data tidak boleh seratus persen berasal dari AI. Wartawan musti mencari kebenaran lain, yang berasal dari berbagai sumber-sumber kredibel. Dalam setiap bekerja, nilai yang musti dijaga jurnalis harus memegang teguh kebenaran, sebab kewajiban pertama jurnalisme adalah kebenaran. Kebenaran akan melahirkan kepercayaan. Kepercayaan menjadi kunci utama wartawan di mata khalayak.

## Daftar Pustaka

- Andri, Kristanto. 2004. *Analisa Sistem Informasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Cangara, Hafied. 2003. *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Cetakan Keempat). Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kovach, Bill & Tom Rosenstiel. 2003. *Sembilan Elemen Jurnalisme*, Jakarta: Yayasan Pantau.
- Mukarom, Zaenal. 2016. *Komunikasi Politik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Rakhmat Kurniawan. 2020. *Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence)*. Edisi Revisi I, Fakultas Sains dan Teknologi.
- Sobur, Alex. 2003, *Psikologi Umum*, Bandung: Pustaka Setia.
- Robbins, Stephen P. 2010. *Organizational Behavior*. Alih bahasa Benyamin Molan. 2011. *Prilaku Organisasi*. Edisi Kesepuluh. Cetakan Pertama. Jakarta: PT. INDEKS STIE Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta.
- Suyanto, Bagong dan Sutinah (editor). 2014. *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana.
- Marhamah, & Fauzi. 2021. *Jurnalisme di Era Digital*. JICOMS: Journal of Islamic Communication and Media Studies, 1(1).
- Arif Supriyono, Opini, AI dan Kode Etik Jurnalistik, *Majalah Etika*, Volume 50, April 2024.
- Andreas, Salomon, *Filsafat Artificial Intelligence (AI) dan Kemanfaatan Untuk Mewujudkan Indonesia Yang Berperadaban*, *Jurnal Oratio Directa*, Volume 5 No. 2, Januari 2024.
- Data Jadi Kunci untuk Jurnalisme Berkualitas, Kristina, [www.detik.com](http://www.detik.com), Rabu, 2 Maret 2022.
- Gregorius Giovanni, Nabila Ganinda, *Presenter Berita Virtual AI Hadir di Tanah Air, Masyarakat Siap?* [www.voaindonesia.com](http://www.voaindonesia.com), 05/05/2023.
- AI Bisa Jadi Risiko Sekaligus Peluang bagi Jurnalisme, [www.voaindonesia.com](http://www.voaindonesia.com), 20/09/2023

