
Menelisik Pandangan Wartawan Lokal di Sulawesi Selatan terhadap Pemanfaatan Kecerdasan Buatan

Moehammad Gafar Yoedjadi^{1*}, Arif Fuiddin Usman²

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta, Indonesia

²Politeknik AMI, Makassar, Indonesia

Email: ^{1*}gafary@fikom.untar.ac.id, ²arifusman@gmail.com

Abstract

Artificial intelligence (AI) technology has been applied in various sectors, including the mass media industry. Media managers believe AI can present news more systematically and efficiently than human journalists. This study aims to analyze the perspectives of local mass media journalists in Makassar regarding the use of AI, employing a qualitative approach and a case study method. Data were collected through in-depth interviews and analyzed using thematic analysis. Utilizing the Technology Acceptance Model (TAM) as a theoretical framework, this study identifies the factors influencing journalists' attitudes toward AI, including perceived usefulness and perceived ease of use. The findings reveal a generally positive acceptance of AI technology among local journalists in Makassar. AI is primarily used to support productivity, creativity, and work efficiency. Overall, journalists perceive AI as a functional tool that can accelerate various journalistic processes, such as writing, editing scripts, formulating interview questions, and producing multimedia content. Despite the convenience and efficiency AI offers, journalists maintain a selective and critical attitude toward its use. They are aware that AI technology has limitations in representing the humanistic values of journalism, such as empathy, social sensitivity, and intuition in news writing.

Keywords: Journalism, Artificial Intelligence, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use

Abstrak

Teknologi kecerdasan buatan (AI) telah diterapkan di banyak sektor, termasuk industri media massa. Pengelola media massa menilai AI mampu menyajikan berita dengan lebih sistematis dan efisien dibandingkan dengan jurnalis manusia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perspektif wartawan media massa lokal di Makassar terhadap penggunaan AI. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan sepuluh wartawan lokal serta dianalisis menggunakan teknik analisis tematik (thematic analysis). Menggunakan kerangka teori Technology Acceptance Model (TAM), penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi sikap wartawan terhadap AI, termasuk manfaat yang dirasakan (Perceived Usefulness) dan kemudahan penggunaan (Perceived Ease of Use). Temuan penelitian menunjukkan adanya penerimaan yang cukup baik terhadap teknologi AI di kalangan jurnalis lokal di kota Makassar, meskipun penggunaannya masih bersifat informal dan tanpa regulasi redaksional yang jelas. Utamanya, AI digunakan untuk

mendukung produktivitas, kreativitas dan efisiensi kerja. Secara umum, para jurnalis merasakan manfaat fungsional dari AI sebagai alat bantu yang dapat mempercepat proses kerja jurnalistik seperti penulisan, pengolahan naskah, merumuskan pertanyaan wawancara, hingga menyusun konten multimedia. Meskipun AI memberikan kemudahan dan efisiensi kerja, para wartawan tetap menunjukkan sikap selektif dan kritis terhadap penggunaannya. Mereka menyadari bahwa teknologi AI memiliki keterbatasan dalam merepresentasikan nilai-nilai humanistik jurnalisme seperti empati, sensitivitas sosial dan intuisi dalam menulis berita. Studi ini menekankan pentingnya integrasi etis AI dalam ekosistem media lokal, termasuk penguatan kebijakan institusional dan literasi AI.

Kata Kunci: Jurnalisme, Kecerdasan Buatan, Manfaat, Kemudahan

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi telah membawa perubahan signifikan di berbagai industri selama dua dekade terakhir. Salah satu perkembangan paling menonjol adalah hadirnya kecerdasan buatan. Saat ini, teknologi kecerdasan buatan (AI) telah diterapkan di banyak sektor, termasuk industri media massa (Broussard et al., 2019). Sejumlah media massa terkemuka, seperti BBC, The Guardian, Forbes, The Washington Post, Los Angeles Times, dan The New York Times, serta jaringan kantor berita dunia seperti Associated Press (AP) dan Reuters, tak ketinggalan memanfaatkan teknologi kecerdasan buatan untuk menulis berita (Yoedtadi, 2024). Media-media terkemuka tersebut menilai AI mampu menyajikan berita dengan lebih sistematis dan efisien dibandingkan jurnalis manusia (Underwood, 2019).

Saat ini peran manusia dalam menulis berita berangsur mulai diambil alih oleh mesin melalui otomatisasi penulisan berita dan jurnalisme berbasis robot (Guzman & Lewis, 2020). Berita-berita ringan seperti laporan cuaca dan laporan olahraga hingga berita berbobot seperti pergerakan pasar saham dan kinerja perusahaan sudah mampu ditulis oleh mesin kecerdasan buatan. Berbagai peluang dan tantangan yang ditawarkan teknologi berbasis AI saat ini telah jamak diadopsi oleh industri media massa. Antara lain, integrasi data (Lewis et al., 2019), algoritma, dan otomatisasi produksi berita (Whittaker, 2019). Berbagai macam perangkat keras dan perangkat lunak berbasis AI kini memainkan peran penting dalam mendukung kerja wartawan. Tak hanya dalam produksi dan distribusi berita, tetapi juga dalam mengatur cara khalayak mengakses dan memahami isi berita (Caswell & Konstantin Dorr, 2018).

Sayangnya, tak semua wartawan memahami dan memanfaatkan AI sebagai bagian dari alat untuk meningkatkan kinerja jurnalistik. Para wartawan media massa lokal yang berada jauh dari ekosistem pers nasional, kerap kali tertinggal dalam pemanfaatan metoda dan mekanisme peliputan berita dengan pemanfaatan AI (Wilczek et al., 2024). Sebagaimana kajian (Eder & Sjøvaag, 2025) yang memperlihatkan tantangan dan kendala yang dihadapi pers lokal di Eropa dalam memanfaatkan teknologi AI untuk diaplikasikan dalam rangka peningkatan kinerja produksi berita. Problem yang mereka hadapi terletak pada persoalan modal dan kultivasi teknologi.

Penelitian mengenai penggunaan AI di ranah jurnalistik Indonesia telah ada sebelumnya. Kajian Hamna et al. (2025) meneliti penggunaan AI di Kompas.com dan Liputan 6.com. Penelitian tersebut menghasilkan temuan bahwa penggunaan AI di media massa memberikan manfaat efisiensi yang besar, tapi peran manusia tetap dibutuhkan. Penelitian Astuti et al. (2025) bertujuan untuk mengetahui Solo Pos Media Grup dalam menjaga kepercayaan publik ketika telah memulai menggunakan AI. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa meskipun Solo Pos Media Grup telah menggunakan AI, tetapi kepercayaan publik masih tetap terjaga. Kajian Saidah (2024) meneliti model bisnis media massa di Indonesia berkaitan dengan kehadiran AI. Model bisnis media mengalami

perubahan semenjak algoritma AI digunakan, antara lain potensi pendapatan dari iklan digital. Kajian Nurlatifah & Irwansyah (2019) meneliti keberadaan jurnalisme pemeriksa fakta sebagai bentuk jurnalisme berteknologi (*technology-infused journalism*) dengan memanfaatkan sejumlah aplikasi AI pelacak media digital. Kajian Yoedtadi et al. (2024) meneliti mengenai perubahan *agenda setting* media akibat pengaruh algoritma mesin pencari Google dan media sosial. Penelitian ini menyoroti perubahan orientasi pemilihan isu di redaksi Suara.com. Kajian Apriliyanti et al. (2024) meneliti AI dalam bidang jurnalistik dan dampaknya yang dirasakan pada produk jurnalistik. Kajian tersebut hanya merupakan studi literatur pada jurnal internasional terindeks Scopus tahun 2015–2023.

Berbeda dengan penelitian-penelitian terdahulu, penelitian ini memiliki kebaruan pada beberapa hal. Pertama, penelitian sebelumnya lebih menekan pada eksplorasi penggunaan teknologi AI, seperti cek fakta, algoritma tren berita, model bisnis iklan digital dan robot penulisan berita, sedangkan penelitian ini ingin menggali perspektif wartawan media massa lokal terhadap penggunaan AI dalam praktik jurnalistik. Kedua, teori yang digunakan dalam penelitian sebelumnya berbeda dengan teori dalam penelitian ini. Dalam rangka menganalisis perspektif wartawan media massa lokal, penelitian ini akan menggunakan teori Technology Acceptance Model (TAM). TAM mendefinisikan penerimaan teknologi sebagai suatu proses kognitif yang dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU). PU merujuk pada sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja atau produktivitas mereka. Sementara itu, PEOU mengacu pada tingkat kemudahan yang dirasakan oleh pengguna dalam menggunakan teknologi tersebut (Ardianto & Azizah, 2021).

Model TAM umumnya digunakan dalam desain penelitian kuantitatif dengan metode survei dan dianalisis menggunakan teknik statistik. Namun demikian, TAM tidak terbatas pada pendekatan kuantitatif saja. TAM juga dapat digunakan dalam pendekatan kualitatif, tergantung pada tujuan penelitian dan desain metodologisnya. Selain itu, penggunaan TAM dalam penelitian kualitatif merupakan upaya untuk mendapatkan makna subjektif yang hilang dalam desain penelitian kuantitatif. Beberapa peneliti telah mengadaptasi TAM secara kualitatif sebagai kerangka konseptual untuk mengeksplorasi lebih dalam makna subjektif pengguna terhadap PU dan PEOU. Misalnya, melalui wawancara mendalam, peneliti dapat menggali bagaimana individu memahami kemudahan penggunaan dan manfaat teknologi dalam konteks tertentu (Portz et al., 2019). Pendekatan penelitian kualitatif dapat membantu mengidentifikasi faktor-faktor kontekstual yang belum tercakup dalam model asli TAM (Felber et al., 2024). Pendekatan kualitatif dengan menggunakan TAM sebagai kerangka pemaknaan (*analytical lens*) memberikan peluang untuk memahami bagaimana pengguna memaknai interaksi mereka dengan teknologi secara subjektif dan kontekstual. TAM dalam penelitian ini tidak digunakan sebagai instrumen kuantitatif, melainkan sebagai lensa konseptual dalam analisis tematik secara kualitatif (Portz et al., 2019).

Studi ini mengisi kekosongan pada konteks jurnalisme lokal di negara berkembang yang belum banyak ditelaah dalam kerangka TAM kualitatif. Makassar dipilih sebagai lokasi penelitian karena kota ini merupakan pusat aktivitas media di kawasan Indonesia Timur dan memiliki ekosistem jurnalisme lokal yang relatif dinamis. Namun, berbeda dengan media nasional yang berpusat di Jakarta, organisasi media di Makassar beroperasi dalam konteks sumber daya dan dukungan institusional yang lebih terbatas. Kondisi ini menjadikan Makassar sebagai lokasi yang strategis untuk mengkaji bagaimana wartawan lokal memaknai dan mengadopsi teknologi kecerdasan buatan di tengah tantangan struktural dan kesenjangan digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, pertanyaan penelitian yang diajukan dalam studi ini adalah bagaimana persepsi jurnalis media lokal di Makassar terhadap manfaat (perceived usefulness) teknologi kecerdasan buatan dalam praktik jurnalistik mereka? Bagaimana persepsi jurnalis terhadap kemudahan penggunaan (perceived ease of use) teknologi AI? Apa saja tantangan dan sikap kritis yang muncul dalam proses adopsi AI di lingkungan jurnalis media lokal?

TINJAUAN PUSTAKA

Kecerdasan Buatan

Kecerdasan buatan (*artificial intelligence/AI*) secara umum dapat diartikan sebagai kemampuan mesin untuk meniru perilaku cerdas manusia (Parratt-Fernández et al., 2021). Sedangkan Pavlik (2023) Mendefinisikan AI sebagai 'kemampuan sistem untuk menafsirkan dengan benar data eksternal, untuk belajar dari data tersebut, dan menggunakan pembelajaran tersebut untuk mencapai tujuan dan tugas tertentu melalui adaptasi yang fleksibel. Mc Carthy (Yudoprakoso, 2019) mendefinisikan kecerdasan buatan ialah memodelkan proses berpikir manusia dan mendesain mesin agar menirukan perilaku manusia.

Kecerdasan buatan (AI) merupakan bidang ilmu komputer yang mempunyai peran penting pada saat ini dan masa yang akan datang. Bidang ini telah berkembang sangat pesat pada dua dekade terakhir seiring dengan pertumbuhan kebutuhan akan perangkat cerdas di industri dan rumah tangga. AI mencakup bidang yang cukup besar, mulai dari yang paling umum hingga yang khusus. Dari fungsi belajar atau persepsi hingga pada permainan catur, pembuktian teori matematika, menulis puisi, mengemudikan mobil dan melakukan diagnosis penyakit (Verma, 2024). Dalam perkembangannya AI dapat melakukan hal-hal yang bisa dilakukan oleh manusia dan bahkan lebih baik daripada yang dilakukan oleh manusia, bahkan sanggup untuk menyelesaikan masalah atau tugas-tugas yang lebih kompleks (Hafied et al., 2025).

Dimensi utama kecerdasan buatan yang memengaruhi aplikasinya meliputi peningkatan pengambilan keputusan, pengoptimalan operasional, dan fasilitasi inovasi. Dimensi-dimensi ini mengatasi tantangan khusus industri, menggunakan berbagai teknologi AI untuk meningkatkan hasil bisnis dan kesejahteraan masyarakat di berbagai sektor seperti perawatan kesehatan, keuangan, manufaktur, dan ritel. (Weng et al., 2024) (Ali, 2024) Harus diakui pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan (AI) sangat membantu manusia dalam banyak hal. Aplikasi layanan informasi pemetaan seperti Google Maps, layanan perdagangan elektronik (*e-commerce*), layanan tontonan video berbayar Netflix, hingga berbagai platform media sosial (TikTok, YouTube) adalah contoh penggunaan AI. Media sosial menerapkan AI untuk mempersonalisasi linimasa penggunaannya (Jung & Kim, 2025).

Pengembangan teknologi kecerdasan buatan saat ini telah melibatkan berbagai sektor, termasuk terjun ke dalam ranah jurnalisme dan sumber informasi daring. Media dan lembaga berita kini mulai menerapkan jurnalisme berbasis robot atau menggunakan bantuan komputer dalam pembuatan artikel, tanpa melibatkan reporter manusia secara langsung. Sebagai contoh, pada tahun 2014, Associated Press (AP) menjadi salah satu lembaga berita pionir yang berkolaborasi dengan perusahaan rintisan bernama Automated Insight untuk mengadopsi teknologi kecerdasan buatan dalam menghasilkan berita, khususnya yang berkaitan dengan laporan keuangan perusahaan (Putranto & Utoyo, 2022). Saat ini teknik produksi berita secara otomatis telah digunakan secara luas dalam beberapa tahun terakhir. Kantor berita internasional seperti AP, Reuters, dan Forbes memproduksi ribuan berita setiap bulan (Stray, 2019).

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) telah menjadi salah satu kerangka teoretis paling berpengaruh dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi informasi. Model ini diperkenalkan oleh Fred Davis pada tahun 1986 sebagai adaptasi dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* yang dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen, dengan fokus utama pada pemahaman bagaimana individu mengadopsi teknologi baru dalam berbagai konteks. Keunggulan utama TAM terletak pada kemampuannya dalam menjelaskan serta memprediksi perilaku pengguna terhadap teknologi secara sederhana namun efektif (Ibrahim et al., 2025).

TAM mendefinisikan penerimaan teknologi sebagai suatu proses kognitif yang dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *Perceived Usefulness (PU)* dan *Perceived Ease of Use (PEOU)*. PU merujuk pada sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja atau produktivitas mereka. Sementara itu, PEOU mengacu pada tingkat kemudahan yang dirasakan oleh pengguna dalam menggunakan teknologi tersebut (Ardianto & Azizah, 2021). Kedua faktor ini secara langsung memengaruhi *Attitude Toward Using* (sikap terhadap penggunaan), yang pada akhirnya menentukan niat serta keputusan individu untuk menggunakan teknologi tertentu (Akpınar & Atak, 2025).

Dasar pemikiran TAM berakar pada asumsi bahwa individu cenderung menerima dan menggunakan teknologi jika mereka percaya bahwa teknologi tersebut berguna dan mudah digunakan. Model ini menyoroti peran persepsi subjektif individu dalam proses adopsi teknologi, yang kemudian memengaruhi perilaku aktual mereka. TAM juga mengusulkan bahwa faktor eksternal, seperti pelatihan, dukungan organisasi, dan pengalaman sebelumnya dengan teknologi serupa, dapat berkontribusi terhadap persepsi individu terhadap kegunaan dan kemudahan penggunaan suatu teknologi (Ibrahim et al., 2025).

TAM telah digunakan secara luas dalam berbagai studi empiris di berbagai bidang, termasuk pendidikan, bisnis, kesehatan, dan pemerintahan. Misalnya, dalam dunia pendidikan, TAM digunakan untuk menganalisis penerimaan sistem pembelajaran daring oleh mahasiswa dan dosen. Dalam sektor bisnis, model ini diterapkan untuk memahami adopsi sistem manajemen informasi, *e-commerce*, dan teknologi keuangan. Penggunaannya yang luas menunjukkan relevansi TAM dalam berbagai konteks sosial dan teknologis, menjadikannya kerangka kerja yang fleksibel dan adaptif (Shania & Paramarta, 2024).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus dalam rangka mengkaji secara mendalam adopsi kecerdasan buatan (AI) dalam praktik jurnalisme lokal di Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Kasus dalam penelitian ini adalah pemaknaan teknologi AI oleh wartawan media massa lokal di Makassar. Makassar dipilih sebagai lokasi penelitian ini dengan alasan memperluas pemahaman mengenai dinamika adopsi teknologi dalam ekosistem media di luar pusat industri nasional.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah wartawan media massa lokal yang bekerja di berbagai organisasi media di Makassar. Sebanyak sepuluh wartawan dipilih sebagai partisipan melalui teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria: memiliki pengalaman kerja minimal lima tahun sebagai jurnalis aktif. Pernah menggunakan atau berinteraksi dengan teknologi AI dalam proses produksi berita. Bersedia berpartisipasi secara sukarela dalam penelitian. Pemilihan partisipan mempertimbangkan variasi jenis media (cetak, daring, televisi) untuk memperoleh perspektif yang beragam dalam satu kasus yang sama. Proses pengumpulan data dihentikan ketika mencapai saturasi tematik, yaitu ketika wawancara tambahan tidak lagi menghasilkan tema atau kategori baru yang signifikan.

Tabel 1. Informan Penelitian

Informan	Media Massa	Masa Kerja
1	Daring	16 tahun
2	Daring	15 tahun
3	Daring	12 tahun
4	Daring	6 tahun
5	Televisi	16 tahun
6	Televisi	8 tahun
7	Televisi	20 tahun
8	Televisi	18 tahun
9	Daring	12 tahun
10	Daring	16 tahun

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur secara tatap muka. Seluruh wawancara direkam dengan persetujuan partisipan dan ditranskripsikan secara verbatim untuk keperluan analisis. Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi terbatas terhadap praktik kerja wartawan serta mengumpulkan dokumentasi pendukung yang relevan untuk memperkuat triangulasi data.

Analisis data dilakukan menggunakan analisis tematik. Proses analisis meliputi familiarisasi data melalui pembacaan berulang transkrip wawancara. Pengkodean awal untuk mengidentifikasi unit makna. Pengelompokan kode ke dalam kategori tematik. Identifikasi tema utama yang merepresentasikan pola dalam kasus. Interpretasi temuan dengan mengacu pada kerangka konseptual TAM. Analisis dilakukan secara induktif pada tahap awal untuk memungkinkan tema muncul dari data, kemudian dilanjutkan dengan interpretasi deduktif menggunakan konstruk TAM sebagai kerangka konseptual. Untuk meningkatkan kredibilitas dan keabsahan temuan, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber dengan membandingkan perspektif wartawan dari media berbeda. Triangulasi metode dilakukan melalui kombinasi wawancara, observasi, dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persepsi Terhadap Manfaat/Perceived Usefulness (PU)

Sebagian besar informan menunjukkan bahwa AI memberikan sumbangan besar dalam mendukung peningkatan produktivitas serta efisiensi kerja mereka. AI digunakan dalam berbagai aspek teknis, seperti penyusunan struktur berita, perbaikan tata bahasa, pembuatan judul, serta produksi konten sinier. Selain itu, AI juga dimanfaatkan untuk mencari referensi, mengidentifikasi topik yang sedang tren dan menghasilkan ilustrasi sebagai pelengkap visualisasi berita.

Informan 1 yang bekerja sebagai redaktur menyatakan bahwa AI membantunya dalam menyunting berita dalam jumlah yang cukup banyak. *"Kalau harus mengedit banyak berita yang menumpuk, AI sangat membantu dalam menyusun ulang struktur."* Pandangan serupa diungkapkan oleh informan 6 yang menjelaskan bahwa AI digunakan untuk membantu mentranskrip hasil wawancara ke dalam teks sekaligus mengubahnya menjadi naskah berita. *"Berita web dari rekaman wawancara, kita ubah dulu ke bentuk tulisan, tulisan kemudian langsung diolah oleh ChatGPT untuk jadi naskah."* Informan 7 menambahkan bahwa AI telah membantu efisiensi kerja jurnalistik di ruang redaksi media lokal: *"Kami bisa lebih cepat memproduksi konten berita karena ada bantuan dari AI, terutama saat deadline mepet, tinggal masukkan draf, lalu AI bantu merapikan."* Pernyataan ini menunjukkan peran AI dalam mempercepat alur kerja tanpa mengurangi peran jurnalis sebagai penyunting utama.

AI juga mendorong eksplorasi bentuk jurnalisme kreatif. Sebagaimana diungkapkan oleh informan 5, salah satu jurnalis multimedia, bahwa AI membantunya membuat gambar untuk digunakan sebagai ilustrasi pada berita, *"Saya pakai AI untuk generate image daripada saya ambil gambar milik orang lain. Itu jadi solusi juga agar tidak kena copyright."* Sementara informan 4 menambahkan bahwa kemampuan AI dalam mendukung ide kreatif juga sangat terasa: *"Saya gunakan AI untuk membantu menyiapkan draf awal konten kreatif. Kadang untuk teaser atau cuplikan berita, AI bisa kasih referensi bahasa yang catchy."*

Manfaat fungsional yang dirasakan para informan menunjukkan bahwa AI berperan sebagai alat bantu yang mempercepat proses kerja jurnalistik dan memperluas kapabilitas wartawan dalam mengolah konten berita, terutama ketika menghadapi tekanan kuota berita harian dan tenggat waktu.

Persepsi Terhadap Kemudahan Penggunaan/Perceived Ease of Use (PEOU)

Kemudahan penggunaan teknologi AI menjadi faktor krusial yang mendorong percepatan adopsi di kalangan jurnalis lokal. Mayoritas informan menyatakan bahwa penggunaan AI utamanya ChatGPT maupun perangkat AI lainnya tidak memerlukan pelatihan khusus. Antarmuka yang jelas serta kemampuan memahami prompt yang relatif mudah, menjadikan AI cepat diterima dalam praktik kerja sehari-hari.

Beberapa informan mengaku menggunakan teknologi AI secara langsung tanpa bimbingan dan belajar hanya secara informal. *"Saya pakai ChatGPT langsung, enggak perlu tutorial. Coba-coba aja,"* ujar Informan 1. Sedangkan informan 2 menegaskan bahwa ia mengenal teknologi AI dari kebutuhan praktis dan merasa tidak mengalami kesulitan dalam penggunaannya. *"Biasanya saya pakai AI itu karena ditugaskan untuk transkrip video YouTube atau podcast. Tidak sulit kok, tinggal unggah saja ke alatnya, hasilnya langsung keluar."*

Penjelasan tersebut mencerminkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan AI sangat tinggi, bahkan untuk para jurnalis yang tidak memiliki latar belakang pengetahuan teknologi. Informan 8 juga menunjukkan pengalaman serupa dalam penggunaan perangkat digital berbasis AI dalam rutinitasnya sebagai jurnalis televisi: *"Kami dituntut bekerja one-man show, jadi AI sangat membantu saat menulis cepat atau membuat naskah dari video."* Informan 10 mengaku tidak menemui kendala dalam memahami teknologi AI dan mudah dalam menggunakannya. *"Penggunaan teknologi ini sangat mudah, sangat mudah dipahami juga, penggunaannya juga lebih simple,"*

Meski demikian, terdapat sejumlah keterbatasan dalam hal akses, terutama pada versi gratis. AI gratis memiliki fitur terbatas. *"Fitur-fitur yang advanced itu harus berbayar. Kalau gratisan sih terbatas banget,"* ujar informan 5 yang aktif menggunakan AI untuk kebutuhan konten multimedia.

Temuan di atas memperlihatkan bahwa meskipun implementasinya masih bersifat informal dan belum terstandardisasi dalam kebijakan redaksional, persepsi terhadap kemudahan penggunaan (PEOU) tetap tinggi dan menjadi pendorong utama bagi integrasi teknologi AI dalam praktik sehari-hari.

Sikap Kritis terhadap AI

Meskipun AI dinilai memberikan kontribusi dalam aspek teknis, para informan menegaskan bahwa teknologi ini tidak dapat menggantikan dimensi kemanusiaan dalam jurnalisme, seperti empati dan kepekaan terhadap nilai-nilai sosial. AI dianggap tidak mampu memahami konteks secara utuh, terutama dalam isu-isu sensitif seperti konflik, dan tragedi kemanusiaan.

Informan penelitian menyatakan bahwa AI belum mampu membuat berbagai jenis berita dengan baik. Beberapa kelemahan yang sering terjadi adalah ketiadaan empati dalam penulisan berita dalam konteks konflik dan tragedi. *"AI belum mampu menampilkan informasi penting secara relevan, apalagi kalau berkaitan dengan berita konflik atau tragedi. Nggak ada empati,"* ujar seorang informan yang berprofesi sebagai wartawan politik (Informan 3). Senada dengan itu, informan 1 yang bekerja sebagai redaktur senior menekankan pentingnya sentuhan manusia dalam penyusunan berita. Berita-berita sensitif kemanusiaan, menurutnya, tidak bisa diserahkan sepenuhnya kepada AI. AI punya keterbatasan dalam menuliskan narasi yang berempati. *"Kalau berita-berita sensitif seperti konflik Gaza atau kekerasan seksual, saya tidak pernah pakai AI. Itu harus pakai hati dan intuisi."*

Informan 9 juga mengungkapkan kekhawatirannya terhadap sensitivitas kemanusiaan hasil penulisan AI. Ia menilai AI belum bisa mengungkapkan empati dan sisi humanis pada berita-berita yang sensitif kemanusiaan. *"Kalau ada berita yang menyangkut bencana atau kemanusiaan, saya tetap tulis sendiri. AI belum bisa merasakan empati. Itu hanya mesin."* Sedangkan Informan 8 menambahkan bahwa kehadiran AI tidak akan menggantikan peran jurnalis dalam menangkap 'rasa' peristiwa di lapangan. *"Berita itu bukan cuma fakta, tapi juga rasa. Itu yang tidak bisa dibaca oleh AI."*

Temuan ini mempertegas posisi AI hanya sebagai asisten teknis, bukan sebagai aktor utama dalam proses penciptaan makna pada berita. Integritas, sensitivitas sosial serta akurasi tetap menjadi domain jurnalis sebagai subjek utama dalam proses produksi berita. Para jurnalis menunjukkan sikap selektif dan kritis terhadap penggunaan AI. Sebagian besar informan menekankan pentingnya verifikasi ulang terhadap *output* yang dihasilkan oleh AI karena adanya risiko informasi yang tidak akurat atau menyesatkan. Fenomena halusinasi AI, yaitu kemampuan AI menghasilkan informasi fiktif atau keliru, menjadi salah satu perhatian utama mereka. Sebagaimana diungkapkan oleh informan 5, *"Saya pernah minta hasil Grammy 2025, tapi AI malah kasih data tahun 2024. Kalau langsung dipakai tanpa cek, bisa salah besar."* Oleh karena itu, AI digunakan hanya sebagai alat bantu awal dalam proses kerja jurnalistik, bukan sebagai penentu utama isi berita.

Data yang dihasilkan AI harus dikonfirmasi ulang sebelum digunakan. Informan 9 menyatakan bahwa AI sering memberikan informasi yang harus dikaji ulang: *"Saya pernah coba pakai AI buat cari latar belakang tokoh publik. Tapi ternyata datanya ngaco. Jadi tetap harus dicek ke sumber resmi."* Informan 2 juga menekankan perlunya kehati-hatian ketika menggunakan data-data hasil olahan AI. *"Apa yang disajikan AI itu tetap perlu dicrosscheck. Kita tidak bisa anggap semua yang keluar dari AI itu pasti benar."* Oleh sebab itu, wartawan memilih membatasi penggunaan AI hanya pada tahap-tahap awal proses kerja atau membantu teknis penulisan. Informan 3 menyatakan dengan tegas bahwa AI hanya alat bantu, tidak menggantikan sepenuhnya peran wartawan. *"AI itu cuma alat bantu, bukan penentu isi berita. Tugas kita tetap verifikasi dan menyusun ulang dengan logika manusia."* Sikap yang dikemukakan oleh para informan menunjukkan adanya kesadaran profesional yang tinggi dalam menjaga standar kualitas dan etika jurnalistik di tengah pesatnya adopsi teknologi AI.

Tantangan Struktural Adopsi AI

Temuan lain yang cukup signifikan adalah bahwa penggunaan AI di media massa lokal masih menghadapi tantangan struktural. Adopsi AI di media lokal masih bersifat individual dan informal. Belum ada kebijakan redaksional yang tersistem atau pelatihan formal dari institusi. Tidak semua organisasi media di Makassar memiliki kebijakan yang jelas mengenai penggunaan AI. Sehingga implementasi seperti pelatihan formal ataupun penyediaan infrastruktur yang memadai untuk mendukung penggunaan AI belum

optimal. Sebagian besar jurnalis masih mengandalkan inisiatif individu untuk belajar dan memanfaatkan teknologi ini. Kebanyakan wartawan belajar secara otodidak.

"Pelatihan AI itu baru satu kali dan informal, belum ada SOP dari redaksi," ujar salah seorang informan (Informan 1). Informan 6 menambahkan bahwa penerapan AI di kantornya masih sebatas eksperimen individu, *"Saya inisiatif sendiri. Belum ada kebijakan resmi dari pimpinan untuk pemanfaatan AI."*

Informan 8 menekankan bahwa meski dirinya sudah terbiasa dengan teknologi, masih banyak wartawan televisi daerah yang belum mendapatkan dukungan formal. *"Teman-teman di lapangan banyak yang belum dilatih pakai AI, padahal mereka kerja multitasking."*

Bagi jurnalis yang bekerja di daerah, keterbatasan infrastruktur seperti konektivitas internet yang rendah dan perangkat keras yang tidak mendukung menjadi hambatan yang signifikan. Informan 2 mengeluhkan tantangan infrastruktur internet di wilayah liputannya. *"Kadang jaringan lambat, jadi saat kita mau pakai AI, terutama yang online, jadi terhambat. Apalagi kalau sedang liputan di luar kota."* Tantangan ini menandakan bahwa penerimaan AI tidak hanya tergantung pada persepsi individu wartawan, tetapi juga sangat ditentukan oleh kesiapan institusi media dan ekosistem teknologi yang mendukung.

Pembahasan

Temuan penelitian ini menunjukkan adanya penerimaan yang cukup baik terhadap teknologi kecerdasan buatan (AI) di kalangan jurnalis lokal di kota Makassar. Utamanya AI digunakan untuk mendukung produktivitas, kreativitas, dan efisiensi kerja. Meskipun media tempat mereka bekerja belum secara formal mengintegrasikan AI ke dalam sistem produksi berita, para jurnalis lokal telah mengadopsi teknologi AI ke dalam praktik kerja sehari-hari. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dewi & Hastjarjo (2024) yang menyimpulkan bahwa inisiatif jurnalis menggunakan AI karena melihat kehadiran teknologi tersebut dapat membantu proses kerja produksi berita secara lebih produktif dan efisien.

Temuan ini sejalan dengan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menempatkan dua faktor utama dalam adopsi teknologi, yakni persepsi terhadap manfaat (*Perceived Usefulness/PU*) dan kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use/PEOU*). Namun, penerimaan ini dibarengi sikap kritis terhadap dimensi etika dan keterbatasan AI dalam memahami konteks sosial (Broussard et al., 2019; Guzman & Lewis, 2020).

Secara umum, para jurnalis merasakan manfaat fungsional dari AI sebagai alat bantu yang dapat mempercepat proses kerja jurnalistik seperti penulisan, pengolahan naskah, hingga penyusunan konten multimedia. Hal ini menegaskan temuan Wilczek et al., (2024) yang menyatakan bahwa AI berpotensi mentransformasi rantai nilai jurnalistik, khususnya dalam tahapan produksi konten. Dalam konteks jurnalis lokal di Makassar, di mana jurnalis sering kali bekerja dalam tekanan untuk memenuhi kuota berita dan tenggat waktu yang ketat, kehadiran AI menjadi instrumen penting untuk efisiensi kerja harian mereka.

Kemudahan penggunaan teknologi AI seperti *ChatGPT* menjadi faktor pendorong utama lainnya. Sebagian besar wartawan menyatakan tidak membutuhkan pelatihan khusus untuk mengoperasikan AI. Mereka bahkan mempelajarinya secara otodidak. Temuan ini mengafirmasi aspek *Perceived Ease of Use* (PEOU) dalam model TAM dan konsisten dengan kajian Guzman & Lewis (2020) yang menekankan bahwa sistem AI mendorong penerimaan teknologi secara cepat dan luas, utamanya di lingkungan media massa seperti di ruang redaksi.

Meskipun AI memberikan kemudahan dan efisiensi, para jurnalis tetap menunjukkan sikap selektif dan kritis terhadap penggunaannya. Mereka menyadari bahwa teknologi ini memiliki keterbatasan dalam merepresentasikan nilai-nilai kemanusiaan seperti empati, sensitivitas sosial dalam menulis berita. Hal ini sejalan dengan argumen Broussard et al. (2019) yang menyatakan bahwa AI cenderung bekerja monoton dan prediktif, bukan reflektif dan etis. Karena itu, peran manusia menurut Broussard et al. (2019) tetap dominan dalam konteks sosial dan nilai kemanusiaan dalam pemberitaan.

Jurnalis dalam penelitian ini juga menyampaikan adanya fenomena halusinasi AI (*AI hallucination*), yaitu kecenderungan AI untuk menghasilkan informasi yang tidak akurat atau bahkan fiktif (Kaur Sidhu, 2025). Secara teknis, halusinasi pada AI terjadi ketika sistem menghasilkan jawaban yang salah akibat generalisasi berlebihan, data pelatihan yang bias atau ketidakmampuan menjaga konsistensi logis (Gerstenberg, 2024). Berbagai jenis halusinasi telah diidentifikasi dalam literatur, antara lain kesalahan factual (*factual hallucinations*), ketidaktepatan konteks (*contextual hallucinations*), ketidakkonsistenan logika (*logical hallucinations*), hingga halusinasi pada diri sendiri (*self-referential hallucinations*) (Østergaard & Nielbo, 2023). Fenomena ini menunjukkan pentingnya fungsi verifikasi oleh manusia, sebagaimana dikemukakan oleh Underwood (2019) dalam kajiannya tentang jurnalisme otomatis. Menurutnya, meskipun AI dapat menggantikan aspek-aspek teknis dalam jurnalisme, aspek normatif dan etis tetap menjadi domain manusia.

Temuan mengenai fenomena halusinasi AI ini menegaskan bahwa penggunaan AI dalam jurnalisme tidak hanya menghadirkan persoalan teknis, tetapi juga menyentuh aspek fundamental, yaitu etika jurnalistik khususnya terkait prinsip akurasi dan verifikasi. Dalam konteks ini, ketergantungan tanpa kontrol terhadap AI berpotensi melanggar standar etika profesi, karena jurnalis tetap memikul tanggung jawab moral untuk memastikan kebenaran informasi sebelum dipublikasikan.

Lebih lanjut, Guzman & Lewis (2020) menekankan pentingnya relasi antara manusia dan mesin dalam proses komunikasi, di mana pengguna memosisikan AI bukan hanya sebagai alat, tetapi juga sebagai aktor yang berinteraksi dalam ekosistem sosial dan budaya. Dalam konteks ini, jurnalis diharapkan memaknai AI secara kritis, yakni sebagai alat bantu yang harus dikendalikan secara sadar agar tidak mereduksi nilai-nilai jurnalisme. Fenomena ini juga sangat relevan dengan temuan (Beckett & Yaseen, 2022) yang melihat AI sebagai penggerak efisiensi (*enabler of efficiency*) bukan pengganti nilai jurnalistik. Penelitian ini juga menemukan bahwa sebagian besar integrasi AI masih bersifat informal dan belum diatur dalam kebijakan institusional. Banyak media massa lokal belum memiliki *standard operating procedure* (SOP), pelatihan formal atau dukungan infrastruktur yang memadai. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan struktural pada redaksi dalam adopsi teknologi. Apriliyanti et al. (2024) menyatakan bahwa di banyak negara berkembang, adopsi AI dalam jurnalistik sering kali belum dibarengi oleh kebijakan kelembagaan yang mendukung.

Minimnya kebijakan redaksional yang komprehensif menimbulkan ketimpangan antara kemampuan teknis individu jurnalis dengan kesiapan institusi. Temuan ini memperkuat analisis Whittaker (2019) yang menyatakan bahwa dominasi pengembangan AI oleh perusahaan teknologi global tanpa dibarengi regulasi lokal berisiko memperbesar kesenjangan digital (*digital divide*) dan memperlemah kontrol redaksi. Fenomena tersebut memperlihatkan bahwa dalam konteks lokal, adopsi teknologi tidak selalu beriringan dengan perubahan pada kelembagaan. Organisasi media lokal pada umumnya tertinggal dalam mengadopsi kemajuan teknologi AI dalam sistem kerja organisasi. Sebagaimana temuan penelitian Eder & Sjøvaag (2025) menyatakan bahwa banyak media lokal kekurangan dukungan manajerial, strategi digital, dan tenaga terampil untuk mengadopsi

teknologi AI. Adopsi AI sering kali bersifat sementara dan berupa uji coba, bukan bagian dari strategi jangka panjang. Studi Eder & Sjøvaag (2025) juga mengungkapkan bahwa jurnalisme lokal cenderung menjadi *laggards* dalam kurva adopsi inovasi, yaitu lambat masuk ke dunia digital, lambat memanfaatkan media sosial, dan kini lambat pula mengintegrasikan AI.

Chukwudubem (2025) yang melakukan penelitian adaptasi AI di Nigeria menyimpulkan pula bahwa AI memiliki potensi besar untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas jurnalisme di Nigeria. Namun, hambatan struktural seperti infrastruktur yang buruk, regulasi yang lemah, dan kesenjangan keterampilan membuat adopsinya berjalan lambat. Oleh karena itu, menurut pandangan peneliti, kebijakan berbasis literasi AI dan peningkatan kompetensi redaksi media lokal menjadi kebutuhan mendesak.

Temuan mengenai penggunaan AI untuk pembuatan konten visual dan multimedia juga menunjukkan perkembangan baru dalam praktik jurnalisme digital. Namun, hal ini juga menimbulkan pertanyaan baru terkait etika penggunaan konten buatan mesin. Sebagaimana dinyatakan Lewis et al. (2019), aspek legal dan etis dari jurnalisme berbasis AI harus dikaji secara menyeluruh karena berkaitan dengan moral dan integritas profesi. Dalam konteks sosial-budaya, adaptasi teknologi AI juga dipengaruhi oleh nilai-nilai jurnalisme dan dinamika organisasi media. Beberapa informan menyatakan kekhawatiran bahwa ketergantungan pada AI dapat mengurangi kapasitas kritis jurnalis, terutama dalam menyuarakan kepentingan publik dan keberpihakan terhadap kelompok marjinal. Penguatan etika profesi jurnalistik menjadi landasan penting agar teknologi tetap melayani fungsi sosial jurnalisme.

Para jurnalis menyadari pentingnya literasi kecerdasan buatan (*AI-literacy*). Kesadaran ini sesuai dengan pemikiran Guzman & Lewis (2020) yang menyarankan agar mengembangkan kerangka *AI-literacy* dalam dunia komunikasi dan jurnalisme. *AI-literacy* tidak hanya mencakup keterampilan teknis menggunakan perangkat kecerdasan buatan, tetapi juga mencakup kemampuan memahami logika algoritma, mengenali bias serta menilai dampak sosial dari adopsi teknologi tersebut. Dengan demikian, jurnalis tidak hanya menjadi pengguna pasif, tetapi juga pelaku kritis yang mampu mengontrol AI secara bertanggung jawab.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun wartawan di Makassar telah menunjukkan antusiasme dan kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap AI, mereka juga menunjukkan kedewasaan sikap dalam penggunaannya. Sikap ini penting untuk menjaga independensi jurnalisme dan mencegah dominasi teknologi terhadap etika profesi.

Penelitian ini menunjukkan pandangan bahwa AI sebaiknya diposisikan sebagai asisten, bukan sebagai pengganti manusia. Sebagaimana dinyatakan (Broussard et al., 2019; Guzman & Lewis, 2020) bahwa keterlibatan manusia tetap menjadi faktor kunci dalam memastikan bahwa AI digunakan secara etis dan bertanggung jawab. Sinergi antara inovasi teknologi, nilai-nilai jurnalisme dan kepentingan publik menjadi fondasi utama dalam membangun jurnalisme yang berbasis teknologi.

PENUTUP

Dari analisis di atas dapat disimpulkan bahwa dua konstruk utama TAM, yaitu *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*, terbukti relevan dalam menjelaskan motivasi jurnalis dalam mengadopsi teknologi ini. Namun, adopsi AI juga dihadapkan pada berbagai keterbatasan. Yakni kurangnya kemampuan teknologi AI dalam memahami konteks sosial dan nilai kemanusiaan.

Para jurnalis menunjukkan sikap selektif dan kritis terhadap AI. Mereka tetap mengedepankan verifikasi dan akurasi sebagai prinsip utama jurnalisme. Jurnalis memandang AI sebagai *co-actor* yang dapat memperkuat proses kerja jurnalistik. Mereka

menilai AI tidak dapat menggantikan dimensi normatif dan etis profesi jurnalis. Oleh karena itu, penggunaan AI dalam jurnalisme perlu dikelola secara bijak, kritis dan etis agar dapat menghasilkan ekosistem media yang tanggap teknologi sekaligus bertanggung jawab.

Integrasi AI dalam ruang redaksi sangat bergantung pada kesiapan struktural dan kelembagaan. Di antaranya ketersediaan pelatihan, kebijakan editorial serta dukungan infrastruktur teknologi. Penguatan kapasitas institusional dan pengembangan kebijakan penggunaan AI yang berkelanjutan menjadi hal yang mendesak untuk diperhatikan dalam pengembangan jurnalisme berbasis teknologi AI di Indonesia.

Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan kajian Technology Acceptance Model (TAM) dalam konteks jurnalisme lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* tidak hanya relevan secara kuantitatif, tetapi juga dapat dipahami melalui pengalaman subjektif jurnalis lokal. Dengan demikian, penelitian ini memperluas cakupan penggunaan TAM pada studi media dan komunikasi, khususnya dalam menganalisis interaksi manusia dan mesin di ranah jurnalisme.

Secara praktis, penelitian ini memberikan masukan penting bagi media lokal di Indonesia untuk mengembangkan kebijakan redaksional yang adaptif terhadap teknologi AI. Hasil penelitian menekankan urgensi penyusunan prosedur, program pelatihan formal, serta penguatan literasi AI bagi jurnalis lokal. Hal ini bertujuan agar adopsi AI tidak hanya meningkatkan produktivitas, tetapi juga tetap menjaga nilai etika, empati, dan integritas profesi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Tarumanagara yang telah mendanai penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Akpınar, M. T., & Atak, M. (2025). An Integrated Technology Acceptance Model For Smart City Mobile Applications: Identification Of Key Factors And Extension Of Technology Adoption. *International Journal of Management Studies*, 32(1), 109–131. <https://doi.org/10.32890/ijms2025.32.1.6>
- Ali, M. (2024). Advancing Industries with AI: The applications being transformational include: Healthcare, powering the Petroleum industry, Handling fraud, Cybersecurity, and Conversational AI. *International Journal of Multidisciplinary Sciences and Arts*, 3(4), 173–180. <https://doi.org/10.47709/ijmdsa.v3i4.5052>
- Apriliyanti, R., Atika Sari, A. N., & Noor, R. A. (2024). Kajian Literatur: Adopsi Artificial Intelligence (AI) dalam Bidang Jurnalistik. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 10(1), 123. <https://doi.org/10.32884/ideas.v10i1.1658>
- Ardianto, K., & Azizah, N. (2021). Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna di Kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 13. <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.511>
- Astuti, B. W., Abrar, A. N., & Irawanto, B. (2025). Penggunaan Kecerdasan Buatan dalam Praktik Jurnalistik dan Aspek Kepercayaan Publik di Solopos Media Group. *JURNAL IPTEKKOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi)*, 27(1), 19–34.

- Beckett, C., & Yaseen, M. (2022). *Generating Change A global survey of what news organisations are doing with AI Charlie*.
- Broussard, M., Diakopoulos, N., Guzman, A. L., Abebe, R., Dupagne, M., & Chuan, C.-H. (2019). Artificial Intelligence and Journalism. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(3), 673–695. <https://doi.org/10.1177/1077699019859901>
- Caswell, D., & Konstantin Dorr. (2018). Automated Journalism 2.0: Event-Driven Narratives. *Journalism Practice*, 12(4), 477–496.
- Chukwudubem, C. U. (2025). Artificial Intelligence and Journalistic Practices in Nigeria: Navigating Awareness, Adoption, and Structural Challenges. *Multi-Disciplinary Research and Development Journals Int'l*, 7(1), 136–152.
- Dewi, S. S., & Hastjarjo, S. (2024). Persepsi Jurnalis Tentang Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) Dalam Pembuatan Berita: Studi Kasus Jurnalis Lokal Surakarta. *Jurnal Komunikasi Massa*, 17(2).
- Eder, M., & Sjøvaag, H. (2025). Falling behind the adoption curve: Local journalism's struggle for innovation in the AI transformation. *Journal of Media Business Studies*, 1–19. <https://doi.org/10.1080/16522354.2025.2473301>
- Felber, N. A., Lipworth, W., Tian, Y. J., Roulet Schwab, D., & Wangmo, T. (2024). Informing existing technology acceptance models: a qualitative study with older persons and caregivers. *European Journal of Ageing*, 21(1), 12. <https://doi.org/10.1007/s10433-024-00801-5>
- Gerstenberg, A. (2024). Hallucinations in automated texts – A critical view on the emerging terminology. *AI-Linguistica. Linguistic Studies on AI-Generated Texts and Discourses*, 1(1). <https://doi.org/10.62408/ai-ling.v1i1.9>
- Guzman, A. L., & Lewis, S. C. (2020). Artificial intelligence and communication: A Human–Machine Communication research agenda. *New Media & Society*, 22(1), 70–86. <https://doi.org/10.1177/1461444819858691>
- Hafied, H., Irwanto, I., Surjatmodjo, D., & Latuheru, R. (2025). AI-Driven Media Evolution: Exploring Automated Journalism's Impact on Industry's Future. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 8(2), 205–218.
- Hamna, D. M., Akbar, M., Mau, M., & Sonni, A. F. (2025). Kecerdasan Buatan di Media Digital Indonesia. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 14(2), 338–351.
- Ibrahim, F., Münscher, J.-C., Daseking, M., & Telle, N.-T. (2025). The technology acceptance model and adopter type analysis in the context of artificial intelligence. *Frontiers in Artificial Intelligence*, 7. <https://doi.org/10.3389/frai.2024.1496518>
- Jung, J., & Kim, J.-N. (2025). Rethinking Media Users in the Age of AI and Algorithmic Mediation. *Media and Communication*, 13. <https://doi.org/10.17645/mac.10915>
- Kaur Sidhu, B. (2025). Hallucinations in Artificial Intelligence: Origins, Detection, and Mitigation. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 14(1), 8–15. <https://doi.org/10.21275/SR241229170309>

- Lewis, S. C., Guzman, A. L., & Schmidt, T. R. (2019). Automation, Journalism, and Human–Machine Communication: Rethinking Roles and Relationships of Humans and Machines in News. *Digital Journalism*, 7(4), 409–427. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1577147>
- Nurlatifah, M., & Irwansyah. (2019). Fact-Checking Journalism sebagai Platform Kolaborasi Human and Machine pada Jurnalisme Digital. *Komunikasi*, 13(2), 121–134.
- Østergaard, S. D., & Nielbo, K. L. (2023). False Responses From Artificial Intelligence Models Are Not Hallucinations. *Schizophrenia Bulletin*, 49(5), 1105–1107. <https://doi.org/10.1093/schbul/sbad068>
- Parratt-Fernández, S., Mayoral-Sánchez, J., & Mera-Fernández, M. (2021). Aplicación de la inteligencia artificial al periodismo: análisis de la producción académica. *El Profesional de La Información*. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.may.17>
- Pavlik, J. V. (2023). Collaborating With ChatGPT: Considering the Implications of Generative Artificial Intelligence for Journalism and Media Education. *Journalism & Mass Communication Educator*, 78(1), 84–93. <https://doi.org/10.1177/10776958221149577>
- Portz, J. D., Bayliss, E. A., Bull, S., Boxer, R. S., Bekelman, D. B., Gleason, K., & Czaja, S. (2019). Using the Technology Acceptance Model to Explore User Experience, Intent to Use, and Use Behavior of a Patient Portal Among Older Adults With Multiple Chronic Conditions: Descriptive Qualitative Study. *Journal of Medical Internet Research*, 21(4), e11604. <https://doi.org/10.2196/11604>
- Saidah, I. (2024). Model Industri Bisnis Media Massa Pada Era Perkembangan Artificial Intelligence (AI) Di Indonesia. *Linimasa : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 44–59. <https://doi.org/10.23969/linimasa.v4i1.3461>
- Shania, F., & Paramarta, V. (2024). Analysis of Technology Acceptance Model (TAM) on The Use of Electronic Medical Records in Hospitals. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 5(12), 3190–3196. <https://doi.org/10.59141/jiss.v5i12.1520>
- Stray, J. (2019). Making Artificial Intelligence Work for Investigative Journalism. *Digital Journalism*, 7(8), 1076–1097. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1630289>
- Underwood, C. (2019). Automated Journalism – AI Applications at New York Times, Reuters, and Other Media Giants. <https://Emerj.Com/Ai-Sector-Overviews/Automated-Journalism-Applications/>.
- Verma, D. (2024). Impact of artificial intelligence on journalism: A comprehensive review of AI in journalism. *Journal of Communication and Management*, 3(02), 150–156.
- Weng, Y., Wu, J., Kelly, T., & Johnson, W. (2024). Comprehensive Overview of Artificial Intelligence Applications in Modern Industries. *ArXiv.Org*.
- Whittaker, J. (2019). *Tech Giants, Artificial Intelligence, and the Future of Journalism*. New York: Routledge.

- Wilczek, B., Haim, M., & Thurman, N. (2024). Transforming the value chain of local journalism with artificial intelligence. *AI Magazine*, 45(2), 200–211. <https://doi.org/10.1002/AAAI.12174>
- Yoedtadi, M. (2024). Pseudo Kecerdasan Buatan di Media Massa. In G. Sukendro, M. G. Yoedtadi, & N. Pandrianto (Eds.), *Kecerdasan Buatan Dalam Evolusi Media dan Komunikasi* (pp. 37–46). Gramedia Pustaka Utama.
- Yoedtadi, M. G., Salman, D., & Siswoko, K. H. (2024). Reversed Agenda-Setting At XYZ.Com. *International Journal of Application on Social Science and Humanities*, 1(3), 239–248.
- Yudoprakoso, P. W. (2019). Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence) Sebagai Alat Bantu Proses Penyusunan Undang Undang Dalam Upaya Menghadapi Revolusi Industri 4.0 di Indonesia. *Simposium Hukum Indonesia*, 1(1), 450–461.