

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa adopsi AI terjadi secara bertahap dan terstruktur. Proses ini diawali dengan kebutuhan organisasi untuk meningkatkan efisiensi kerja redaksi dalam menghadapi tuntutan produksi berita yang cepat dan akurat setiap jamnya. Berdasarkan perspektif Pemimpin Redaksi, penggunaan AI merupakan strategi adaptif terhadap perkembangan teknologi digital dan perubahan perilaku konsumsi informasi masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa adopsi inovasi didorong oleh faktor kebutuhan organisasi dan tekanan kompetitif industri media. Dari sisi News Editor, AI dipandang sebagai alat yang membantu mempercepat proses penyusunan naskah berita, terutama dalam merangkum data kompleks menjadi informasi yang ringkas dan siap siar. Namun, tetap diperlukan proses verifikasi dan editing manual untuk menjaga akurasi dan kredibilitas berita. Sementara itu, dari perspektif Newscaster, kehadiran AI newscaster memunculkan dinamika baru dalam dunia penyiaran radio. AI mampu menyampaikan berita secara konsisten dan tanpa kesalahan teknis, tetapi belum sepenuhnya mampu menggantikan aspek emosional dan spontanitas komunikasi manusia.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa adopsi AI bukan hanya persoalan teknis, melainkan proses sosial yang melibatkan persepsi, budaya organisasi, kepemimpinan redaksional, serta konstruksi makna terhadap teknologi. Peran Pemimpin Redaksi sebagai *opinion leader* terbukti krusial dalam menentukan legitimasi dan batas penggunaan AI di ruang redaksi.

Dari perspektif produksi siaran, AI newscaster seperti Naira dan Aimar mampu menghadirkan konsistensi dan efisiensi teknis, tetapi belum sepenuhnya dapat menggantikan dimensi emosional, spontanitas, dan kedekatan personal yang menjadi kekuatan utama radio sebagai media auditif. Dengan demikian, model kolaborasi manusia dan AI (hybrid model) menjadi pendekatan ideal dalam konteks penyiaran radio.

Meskipun memiliki perbedaan orientasi, keduanya menunjukkan pola yang serupa dalam perspektif Teori Difusi Inovasi Everett Rogers. Baik AIMEE maupun

Naira dan Aimar diadopsi melalui tahapan *knowledge*, *persuasion*, *decision*, *implementation*, hingga *confirmation*. *Relative advantage* menjadi faktor utama dalam adopsi, baik berupa peningkatan *engagement* (pada AIMEE) maupun efisiensi produksi (pada Most FM).

Namun, dalam konteks penelitian ini, penggunaan Naira dan Aimar memperlihatkan model *human-AI collaboration* yang lebih sistematis karena AI diposisikan secara eksplisit sebagai alat bantu produksi berita dan tetap berada di bawah kontrol editorial manusia (*human-in-the-loop system*). Sementara AIMEE lebih menonjol sebagai simbol inovasi dan transformasi digital radio dalam ranah hiburan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa AIMEE merepresentasikan inovasi AI pada level branding dan interaksi audiens, sedangkan Naira dan Aimar merepresentasikan inovasi AI pada level manajemen produksi dan efisiensi redaksional. Perbandingan ini menunjukkan bahwa integrasi AI dalam industri radio di Indonesia berkembang dalam dua arah utama, yaitu sebagai strategi diferensiasi konten dan sebagai strategi optimalisasi operasional.

Penelitian ini memperlihatkan bahwa faktor *relative advantage* dan *compatibility* menjadi determinan utama dalam keputusan adopsi AI di Radio Most FM. Temuan ini dapat memperkuat asumsi Rogers bahwa persepsi individu terhadap karakteristik inovasi sangat menentukan keberhasilan difusi. Namun demikian, diperlukan eksplorasi lebih lanjut mengenai bagaimana persepsi risiko (*perceived risk*) dan kekhawatiran terhadap penggantian tenaga kerja turut memengaruhi proses persuasi dalam tahapan difusi.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa proses adopsi AI di Most FM berlangsung secara bertahap dan terorganisir. Implementasi ini berawal dari kebutuhan internal organisasi untuk meningkatkan efisiensi kinerja redaksi dalam memenuhi tuntutan produksi berita yang cepat, rutin, dan akurat setiap jam. Dari sudut pandang Pemimpin Redaksi, pemanfaatan AI dipahami sebagai langkah strategis untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital serta perubahan pola konsumsi informasi masyarakat. Hal tersebut menegaskan bahwa keputusan adopsi inovasi tidak hanya didasarkan pada pertimbangan teknis, tetapi juga

dipengaruhi oleh kebutuhan organisasi dan tekanan persaingan dalam industri media.

Menurut News Editor, AI berfungsi sebagai perangkat pendukung yang mempercepat proses penyusunan naskah, khususnya dalam merangkum informasi yang kompleks menjadi materi berita yang singkat dan siap disiarkan. Meskipun demikian, tahapan verifikasi dan penyuntingan manual tetap dilakukan guna memastikan ketepatan data dan menjaga kredibilitas jurnalistik.

Sementara itu, dari perspektif Newscaster, kehadiran AI newscaster menghadirkan dinamika baru dalam praktik penyiaran radio. AI dinilai mampu membacakan berita secara konsisten, namun belum dapat sepenuhnya menggantikan unsur ekspresi emosional, improvisasi, serta kedekatan komunikatif yang menjadi ciri khas penyiar manusia.

Kontribusi penelitian ini bagi bidang komunikasi massa adalah memperluas kajian tentang integrasi AI dalam media tradisional seperti radio. Penelitian ini juga memberikan kontribusi pada studi manajemen media, khususnya dalam hal strategi inovasi organisasi penyiaran. Dari sisi akademik, penelitian ini memperkaya literatur tentang transformasi digital media di Indonesia. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan dalam jumlah informan yang hanya terdiri dari tiga orang. Selain itu, penelitian ini berfokus pada satu institusi media, sehingga generalisasi hasil perlu dilakukan dengan hati-hati. Keterbatasan lain terletak pada dinamika teknologi AI yang terus berkembang, sehingga temuan penelitian ini bersifat kontekstual sesuai waktu penelitian dilakukan. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan memperluas objek penelitian ke beberapa stasiun radio lain untuk mendapatkan perbandingan yang lebih komprehensif. Penelitian lanjutan juga dapat menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur secara statistik efektivitas penggunaan AI terhadap produktivitas redaksi. Selain itu, studi masa depan dapat mengeksplorasi persepsi audiens terhadap penggunaan AI newscaster dibandingkan penyiar manusia.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa pemanfaatan Artificial Intelligence di Radio Most FM merupakan bentuk inovasi strategis yang berhasil diadopsi melalui proses difusi inovasi yang sistematis, meningkatkan efisiensi produksi tanpa menghilangkan esensi komunikasi radio sebagai media

berbasis suara dan imajinasi pendengar. Selain itu, Artificial Intelligence di Radio Most FM merupakan bentuk adaptasi inovatif yang berhasil meningkatkan efisiensi produksi berita, sekaligus mempertahankan esensi komunikasi radio yang personal. Integrasi yang terkontrol dan berbasis kebutuhan organisasi menjadi kunci keberhasilan adopsi AI dalam industri penyiaran radio.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

Bagi manajemen radio, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi AI dalam produksi berita terbukti meningkatkan efisiensi dan kecepatan kerja redaksi. Oleh karena itu, disarankan agar pengelola media radio menyusun strategi implementasi AI yang terencana dan bertahap, dimulai dari fungsi-fungsi teknis seperti riset data dan penyusunan draft naskah sebelum memperluasnya ke sistem penyiaran otomatis. Manajemen perlu menetapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang jelas terkait penggunaan AI, khususnya dalam hal verifikasi fakta, penyuntingan akhir, dan tanggung jawab editorial. AI sebaiknya diposisikan sebagai alat bantu, bukan pengganti peran jurnalis.

Redaksi radio disarankan untuk mengembangkan sistem *human-in-the-loop*, yaitu mekanisme di mana setiap konten yang dihasilkan AI tetap melalui proses evaluasi dan validasi oleh editor manusia guna menjaga kredibilitas dan akurasi berita.

Praktisi media juga perlu memperhatikan aspek etika penggunaan AI, termasuk transparansi kepada audiens mengenai konten yang dihasilkan atau dibacakan oleh AI, guna menjaga kepercayaan publik. Dalam jangka panjang, perusahaan media disarankan untuk membentuk tim inovasi digital internal yang secara khusus mengevaluasi perkembangan teknologi AI dan mengkaji potensi penerapannya dalam berbagai format program siaran.

Bagi akademisi di bidang komunikasi dan jurnalistik, penelitian ini menunjukkan bahwa AI telah menjadi bagian dari transformasi ruang redaksi. Oleh karena itu, kurikulum pendidikan komunikasi perlu mulai mengintegrasikan mata kuliah terkait jurnalisme berbasis AI, etika teknologi, dan manajemen inovasi media. Program studi komunikasi dapat mendorong mahasiswa untuk melakukan praktik produksi konten berbasis AI agar memiliki kesiapan menghadapi industri

media yang semakin terdigitalisasi. Penelitian ini juga membuka ruang kajian teoritis yang lebih luas mengenai integrasi Teori Difusi Inovasi dalam konteks teknologi kecerdasan buatan di media tradisional seperti radio. Akademisi dapat mengembangkan model konseptual baru yang menggabungkan teori inovasi, teori organisasi media, dan teori komunikasi massa dalam menjelaskan transformasi digital media penyiaran.

Bagi regulator penyiaran dan pembuat kebijakan, penting untuk menyusun pedoman penggunaan AI dalam industri media, khususnya terkait standar etika, akuntabilitas, dan perlindungan publik dari potensi misinformasi. Pemerintah dapat mendukung transformasi digital media melalui pelatihan dan insentif teknologi bagi industri penyiaran lokal agar mampu bersaing di era digital. Kebijakan yang mendorong kolaborasi antara industri media dan pengembang teknologi lokal juga dapat memperkuat ekosistem inovasi nasional.

5.2.2 Saran Teoritis

Penelitian ini menunjukkan bahwa Teori Difusi Inovasi Everett Rogers masih relevan dalam menjelaskan proses adopsi teknologi AI di industri media penyiaran, khususnya radio. Namun, dinamika transformasi digital yang sangat cepat menuntut pengembangan teori yang lebih kontekstual terhadap inovasi berbasis kecerdasan buatan. Oleh karena itu, secara teoritis disarankan agar kajian difusi inovasi dikembangkan dengan memasukkan variabel baru seperti literasi digital organisasi, kesiapan teknologi (*technological readiness*), serta budaya inovasi dalam ruang redaksi.

Secara konseptual, penelitian ini juga membuka ruang untuk mengintegrasikan Teori Difusi Inovasi dengan teori manajemen perubahan organisasi (*organizational change theory*). Adopsi AI di ruang redaksi tidak hanya merupakan keputusan teknologi, tetapi juga proses perubahan budaya kerja dan struktur komunikasi internal organisasi media. Dalam konteks komunikasi massa, penelitian ini menyarankan pengembangan model teoretis baru mengenai “*Hybrid Journalism Model*”, yaitu model produksi berita berbasis kolaborasi manusia dan AI. Model ini dapat menjadi kerangka konseptual untuk memahami transformasi peran jurnalis di era kecerdasan buatan.

Secara epistemologis, penggunaan paradigma konstruktivisme dalam penelitian ini menunjukkan bahwa adopsi inovasi tidak hanya dipengaruhi faktor objektif teknologi, tetapi juga konstruksi makna yang dibentuk oleh aktor organisasi. Oleh karena itu, penelitian teoritis selanjutnya disarankan untuk memperdalam pendekatan interpretatif dalam mengkaji inovasi teknologi media. Penelitian ini juga menunjukkan perlunya pengembangan teori komunikasi penyiaran yang mempertimbangkan keberadaan AI sebagai bagian dari sistem komunikasi. Radio yang selama ini mengandalkan konsep *“theatre of mind”* kini menghadapi realitas baru berupa penyiar virtual. Secara teoritis, ini menuntut perluasan kajian mengenai relasi antara teknologi, suara, dan persepsi audiens.

Saran teoritis berikutnya adalah perlunya eksplorasi hubungan antara difusi inovasi dan teori ekologi media. AI sebagai teknologi baru mengubah lingkungan media, struktur kerja redaksi, serta pola produksi dan distribusi pesan. Integrasi kedua perspektif ini dapat memperkaya kajian transformasi media digital. Penelitian mendatang juga dapat mengembangkan model konseptual yang menguji apakah tahapan difusi inovasi dalam konteks AI berlangsung secara linear (knowledge; persuasion; decision; implementation; confirmation) atau bersifat dinamis dan sirkular, mengingat teknologi AI terus berkembang dan mengalami pembaruan sistem secara berkala.

Secara keseluruhan, secara teoritis penelitian ini menegaskan bahwa adopsi AI dalam media penyiaran tidak dapat dipahami hanya sebagai fenomena teknologis, tetapi sebagai proses sosial yang kompleks, melibatkan persepsi, budaya organisasi, struktur kekuasaan redaksi, serta konstruksi makna terhadap inovasi. Oleh karena itu, pengembangan teori komunikasi dan inovasi media perlu bergerak ke arah pendekatan interdisipliner yang menggabungkan komunikasi, teknologi, manajemen, dan sosiologi organisasi.

5.2.3 Saran Penelitian Lanjutan

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek studi dengan melibatkan lebih banyak stasiun radio atau media penyiaran lainnya agar dapat dilakukan perbandingan pola adopsi AI antarorganisasi. Penelitian mendatang dapat mengembangkan desain penelitian komparatif lintas platform (radio, televisi, dan media digital) untuk melihat perbedaan pola adopsi AI di berbagai medium

komunikasi. Studi mendatang juga dapat melibatkan perspektif audiens untuk mengetahui bagaimana persepsi pendengar terhadap penggunaan AI newscaster dibandingkan penyiar manusia. Peneliti selanjutnya juga dapat mengkaji aspek ekonomi media, seperti efisiensi biaya produksi setelah implementasi AI dibandingkan dengan sistem produksi konvensional. Penelitian mendatang dapat mengeksplorasi faktor resistensi terhadap inovasi, terutama dari sisi karyawan media yang mungkin merasa terancam oleh otomatisasi teknologi. Selain itu, penelitian komparatif antara media radio, televisi, dan media digital dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika adopsi AI di berbagai platform media.

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam jumlah informan yang terbatas pada tiga orang. Oleh karena itu, studi berikutnya disarankan untuk melibatkan lebih banyak partisipan dari berbagai level organisasi guna meningkatkan validitas data. Untuk meningkatkan generalisasi hasil, penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada beberapa wilayah atau kota berbeda agar memperoleh gambaran yang lebih representatif. Penelitian mendatang juga perlu memperpanjang durasi observasi agar mampu menangkap dinamika penggunaan AI secara lebih mendalam dan berkelanjutan. Penggunaan teknik triangulasi yang lebih luas, seperti triangulasi teori atau triangulasi peneliti, dapat meningkatkan kredibilitas dan objektivitas hasil penelitian. Studi selanjutnya dapat menggunakan instrumen tambahan seperti analisis dokumen internal, analisis konten siaran sebelum dan sesudah penggunaan AI, serta survei kepuasan audiens. Untuk mengurangi bias subjektivitas wawancara, peneliti berikutnya dapat menggunakan rekaman observasi langsung selama proses produksi berlangsung dalam periode waktu tertentu.

Penelitian mendatang juga dapat mempertimbangkan pendekatan eksperimen terbatas, misalnya membandingkan performa siaran antara AI newscaster dan penyiar manusia dalam situasi tertentu. Dengan memperluas cakupan metodologi dan partisipan, validitas eksternal penelitian akan meningkat dan temuan dapat digeneralisasikan ke industri media yang lebih luas. Secara keseluruhan, saran-saran ini diharapkan dapat memperkuat implementasi praktis penggunaan AI di industri radio, memperkaya kajian akademik mengenai inovasi media, serta meningkatkan kualitas penelitian di masa mendatang sehingga pemahaman tentang

transformasi digital media penyiaran menjadi semakin komprehensif dan mendalam.

