

Diskontinuitas Penggunaan Penyiar *Artificial Intelligence* di Ruang Redaksi iNewsTV

<http://dx.doi.org/10.25008/wartaiski.v9i1.495>

Sri Wahyuni^{1*}, Rajab Ritonga¹, Reza Praditya Yudha¹

¹Universitas Gunadarma

Jln. Margonda Raya, No. 100 Beji, Depok 16423 - Indonesia

*E-mail Korespondensi: sriwahyuni@staff.gunadarma.ac.id

Submitted: May 27, 2026; **Revised:** May 30, 2026; **Accepted:** May 31, 2026

Terakreditasi Sinta-4: SK Kemristekdikti No. 72/E/KPT/2024 sampai Vol 10(2)-2027

Abstract

The adoption of artificial intelligence (AI) in journalism has given rise to virtual presenters. However, several television stations have discontinued their use within a short period. This study analyzes the factors behind the discontinuation of AI presenters at iNews TV using the Diffusion of Innovations theory. A qualitative method with a case study approach was employed. Data were collected through an in-depth interview with the Deputy Editor-in-Chief of iNews TV and document analysis. The findings reveal that iNews TV adopted AI presenters in 2023 but discontinued them within three months due to longer production time (1–2 days versus instant delivery by humans), high infrastructure costs, inability to improvise during breaking news, and lack of human touch. The findings confirm that relative advantage and compatibility were low, while complexity was high, leading to discontinuation. In conclusion, AI presenters are not yet a sustainable innovation for live television journalism. Discontinuation serves as organizational learning, not failure.

Keywords: Artificial Intelligence; AI Presenter; Discontinuation; Diffusion of Innovations; Television Journalism

Abstrak

Adopsi kecerdasan buatan (*artificial intelligence/AI*) dalam jurnanisme memunculkan penyiar (presenter virtual). Namun, beberapa stasiun televisi menghentikan penggunaannya dalam waktu singkat. Penelitian ini menganalisis faktor diskontinuitas presenter AI di iNews TV menggunakan teori Difusi Inovasi. Studi ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan Wakil Pemimpin Redaksi iNews TV dan analisis dokumen. Hasil dan pembahasan dari penelitian ini yaitu iNews TV mengadopsi presenter AI pada 2023 tetapi dihentikan dalam tiga bulan karena waktu produksi lebih lama (1–2 hari vs instan oleh manusia), biaya infrastruktur tinggi, ketidakmampuan improvisasi saat *breaking news*, dan kurangnya sentuhan manusia. Temuan mengonfirmasi bahwa keuntungan relatif rendah dan kesesuaian juga rendah, sementara kerumitan tinggi, menyebabkan diskontinuitas. Kesimpulan: Presenter AI belum menjadi inovasi berkelanjutan untuk jurnanisme televisi. Diskontinuitas merupakan pembelajaran organisasi, bukan kegagalan.

Kata kunci: Diskontinuitas; Difusi Inovasi; Jurnanisme Televisi; Kecerdasan Buatan; Presenter AI

PENDAHULUAN

Industri media saat ini tengah berada dalam pusaran transformasi digital yang paling masif dalam sejarah. Kecerdasan buatan (*artificial intelligence* atau AI) telah menjadi kekuatan pendorong utama yang mendefinisikan ulang cara informasi diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi oleh publik (Harb & Arafat, 2024; Munoriyarwa dkk., 2024). Tidak seperti teknologi digital sebelumnya yang hanya mengotomatisasi tugas-tugas rutin, AI mampu melakukan simulasi kognisi manusia, termasuk pengenalan pola, pembuatan teks, sintesis suara, bahkan penciptaan *avatar* virtual yang tampak seperti manusia nyata. Dalam konteks jurnalisme, integrasi AI telah berevolusi dari sekadar alat bantu tulis (seperti *automated storytelling* di media olahraga dan keuangan) menuju penggunaan entitas virtual yang secara fisik menggantikan peran penyiar (presenter) manusia di layar kaca. Entitas ini dikenal sebagai presenter AI, *virtual anchor*, atau AI news anchor (Ndlovu, 2024; Thomson dkk., 2024).

Fenomena presenter AI pertama kali diluncurkan secara global oleh kantor berita China, Xinhua, pada November 2018. Xinhua memperkenalkan "AI Anchor" yang menyerupai presenter manusia bernama Zhang Zhao, mampu membaca teks berita dengan intonasi dan gerakan bibir yang sinkron. Dalam kurun waktu dua tahun, berbagai negara mengikuti jejak tersebut: India meluncurkan "Sana" di stasiun TV Odisha, Korea Selatan meluncurkan versi digital dari "Kim Ju-ha" di MBN, Rusia meluncurkan "Snezhana Tumanova" di TV Rusia, dan Taiwan memperkenalkan "AI News Anchor" di FTV (Al-Zoubi dkk., 2025). Di Asia Tenggara, Thailand dan Filipina juga mulai menguji coba presenter AI pada tahun 2022. Di Indonesia, tvOne menjadi pelopor pada April 2023 dengan meluncurkan tiga avatar AI: Sasya, Nadira, dan Bhoomi. Langkah ini diikuti oleh iNews TV, Kompas TV, dan beberapa stasiun lokal lainnya (Perez-Gallardo, 2025).

Motivasi utama di balik adopsi presenter AI cukup beragam. *Pertama*, efisiensi produksi: presenter AI dapat bekerja 24 jam tanpa kelelahan, tidak memerlukan gaji, tunjangan, atau cuti. *Kedua*, kecepatan: dalam teori, AI dapat menghasilkan konten berita lebih cepat karena tidak memerlukan waktu rekaman, *reshoot*, atau editing suara yang rumit. *Ketiga*, inovasi merek: stasiun televisi ingin menunjukkan bahwa mereka "melek teknologi" dan modern, sehingga menarik audiens muda yang akrab dengan teknologi digital. *Keempat*, mengatasi kekurangan SDM presenter di daerah atau jam tayang tertentu (Harb & Arafat, 2024).

Namun, di balik narasi optimistis tentang efisiensi dan modernitas, sejumlah masalah kritis muncul. Presenter AI dinilai secara luas oleh audiens dan praktisi media sebagai entitas yang kaku, monoton, dan kurang memiliki "sentuhan manusia" (*human touch*). Mereka tidak dapat menunjukkan empati saat membawakan berita duka, tidak bisa tersenyum tulus saat berita gembira, dan tidak mampu melakukan improvisasi ketika terjadi *breaking news* yang memerlukan pertanyaan spontan kepada narasumber. Studi oleh Huang & Yu (2023) menunjukkan, meskipun *continuance intention* (niat menggunakan kembali) terhadap AI *anchor* cukup tinggi pada awalnya karena faktor kebaruan, setelah periode penggunaan, tingkat kepercayaan dan kepuasan menurun secara signifikan. Ndlovu (2024) di Zimbabwe melaporkan bahwa audiens merasakan "keanehan" dan "ketidaknyamanan" saat menonton presenter AI, bahkan ada yang menyebutnya sebagai "robot tanpa jiwa".

Lebih jauh, fenomena diskontinuitas menjadi isu yang menarik tetapi jarang diteliti. Diskontinuitas dalam konteks difusi inovasi merujuk pada keputusan untuk menghentikan penggunaan suatu inovasi setelah sebelumnya menerimanya (Rogers, 2003). Beberapa stasiun televisi di dunia, termasuk iNews TV di Indonesia, telah mengadopsi presenter AI namun kemudian menghentikan penggunaannya hanya dalam hitungan bulan. Mengapa hal ini terjadi? Apa faktor-faktor yang menyebabkan diskontinuitas, padahal dari sisi teknologi AI terus berkembang pesat? Penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada adopsi awal dan persepsi audiens (misalnya Al-Zoubi dkk., 2025; Ndlovu, 2024), tetapi sangat sedikit yang mengeksplorasi sisi diskontinuitas dari perspektif insider organisasi media.

Penelitian ini terbatas pada aspek keberlanjutan presenter AI di stasiun iNews TV. Memang, penelitian ini bermaksud mengisi kesenjangan tersebut dengan mengeksplorasi secara mendalam faktor-faktor teknis, operasional, ekonomis, dan kultural yang menyebabkan iNews TV menghentikan presenter AI hanya dalam tiga bulan setelah peluncuran.

Tujuan penelitian Adalah: (1) mengidentifikasi alasan di balik diskontinuitas presenter AI di iNews TV; (2) menganalisis temuan tersebut menggunakan Teori Difusi Inovasi Everett Rogers (2003), dan (3) memberikan rekomendasi bagi stasiun televisi lain yang berencana mengadopsi teknologi serupa.

KERANGKA TEORI

Penelitian ini menggunakan Teori Difusi Inovasi yang dikembangkan oleh Everett Rogers (2003) sebagai kerangka analisis utama. Teori ini merupakan salah satu teori paling berpengaruh dalam komunikasi dan sosiologi perubahan sosial. Rogers mendefinisikan difusi sebagai proses di mana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu sepanjang waktu di antara anggota suatu sistem sosial. Inovasi sendiri didefinisikan sebagai ide, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh individu atau unit adopsi. Dalam konteks penelitian ini, presenter AI merupakan inovasi teknologi yang relatif baru di industri penyiaran Indonesia pada tahun 2023.

Rogers (2003) mengidentifikasi lima karakteristik inovasi yang menentukan kecepatan dan tingkat adopsi:

(1) Keuntungan relatif (*relative advantage*): sejauh mana suatu inovasi dianggap lebih baik daripada inovasi atau praktik sebelumnya. Keuntungan relatif dapat diukur dari segi ekonomi (biaya lebih rendah, profit lebih tinggi), sosial (*prestise*, kenyamanan), atau teknis (kinerja lebih baik). Semakin tinggi keuntungan relatif, semakin cepat adopsi;

(2) Kesesuaian (*compatibility*): sejauh mana inovasi dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang ada, pengalaman masa lalu, dan kebutuhan pengadopsi. Inovasi yang tidak sesuai dengan norma budaya, nilai agama, atau praktik kerja yang mapan akan mengalami adopsi yang lambat;

(3) Kerumitan (*complexity*): tingkat kesulitan yang dirasakan dalam memahami dan menggunakan inovasi. Inovasi yang sederhana dan mudah dioperasikan akan lebih cepat diadopsi daripada yang rumit;

(4) Keterujian (*trialability*): sejauh mana inovasi dapat diuji coba secara terbatas sebelum adopsi penuh. Inovasi yang dapat dicoba tanpa komitmen jangka panjang cenderung lebih cepat diadopsi;

(5) Keteramatan (*observability*): sejauh mana hasil dari suatu inovasi dapat dilihat dan diamati oleh orang lain. Inovasi yang hasilnya mudah diamati akan lebih cepat menyebar karena mengurangi ketidakpastian.

Selain kelima karakteristik di atas, Rogers (2003) juga membahas konsep diskontinuitas (*discontinuance*), yaitu keputusan untuk menolak suatu inovasi setelah sebelumnya menerimanya. Diskontinuitas dapat dibedakan menjadi dua tipe: (1) *replacement discontinuance*, keputusan untuk menghentikan penggunaan suatu inovasi karena digantikan oleh inovasi lain yang lebih baik, dan (2) *disenchantment discontinuance*, keputusan untuk menghentikan karena ketidakpuasan terhadap kinerja inovasi, yang seringkali disebabkan oleh ketidaksesuaian antara harapan dan realitas. Penelitian ini akan menganalisis apakah diskontinuitas presenter AI di iNews TV termasuk dalam kategori *disenchantment* dan faktor-faktor apa saja yang menyebabkan kekecewaan tersebut.

Teori ini dipilih karena beberapa alasan. *Pertama*, teori difusi inovasi telah terbukti *robust* dalam menjelaskan adopsi teknologi di berbagai sektor, termasuk pertanian, kesehatan, pendidikan, dan komunikasi. *Kedua*, studi-studi terbaru tentang AI di ruang redaksi (Al-Zoubi dkk., 2025; Perez-Gallardo, 2025) mulai menggunakan teori ini sebagai pisau analisis. *Ketiga*, konsep diskontinuitas sangat relevan untuk menjelaskan fenomena yang jarang diteliti: mengapa inovasi yang sempat populer ditinggalkan.

Sebagai teori pendukung, penelitian ini juga menggunakan konsep *human-AI interaction* dalam konteks jurnalisme. Ndlovu (2024) menunjukkan bahwa audiens memiliki preferensi kuat terhadap presenter manusia karena faktor empati, keaslian, dan kemampuan adaptasi terhadap konteks lokal. Huang & Yu (2023) menambahkan bahwa kepercayaan (*trust*) merupakan mediator penting antara persepsi terhadap AI dan niat berkelanjutan untuk menggunakannya. Thomson dkk. (2024) menyoroti pentingnya kebijakan internal organisasi dalam mengatur sejauh mana AI dapat digunakan, termasuk batasan-batasan etis. Konsep-konsep ini akan digunakan untuk memperkaya analisis ketika ditemukan ketidaksesuaian antara nilai jurnalisme dan karakteristik presenter AI.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus tunggal (*single case study*). Metode studi kasus dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi fenomena kontemporer secara mendalam dalam konteks kehidupan nyata, terutama ketika batas antara fenomena dan konteks tidak tampak jelas (Yin, 2018). Fenomena diskontinuitas presenter AI di iNews TV adalah peristiwa yang baru terjadi (2023–2026) dan sangat bergantung pada konteks organisasi, budaya redaksi, serta dinamika industri media nasional.

Penelitian dilakukan di kantor redaksi iNews TV yang berlokasi di Jakarta. Waktu pengumpulan data berlangsung dari Januari hingga Maret 2026. Pemilihan waktu ini didasarkan pada pertimbangan bahwa jarak waktu sekitar tiga tahun setelah diskontinuitas memungkinkan informan memiliki perspektif yang lebih matang dan reflektif, tanpa kehilangan memori akan detail peristiwa.

Informan penelitian adalah Pemimpin Redaksi iNews TV yang menjabat sejak tahun 2025. Namun, pada saat keputusan adopsi dan diskontinuitas presenter AI (2023), dia menjabat sebagai manajer redaksi yang terlibat langsung dalam proses perencanaan, uji coba, dan evaluasi. Pemilihan informan secara purposif ini didasarkan pada kriteria: (1) terlibat langsung dalam pengambilan keputusan strategis terkait proyek AI; (2) memiliki akses ke data internal dan diskusi manajemen; (3) bersedia memberikan informasi secara jujur dan mendalam. Selain itu, peneliti juga melakukan analisis dokumen publik seperti artikel berita daring yang mengumumkan peluncuran presenter AI iNews TV pada tahun 2023, serta materi promosi yang diunggah di media sosial.

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan wawancara mendalam (*in-depth interview*) dilakukan secara semi-terstruktur dengan menggunakan pedoman wawancara yang disusun berdasarkan konsep-konsep kunci dari teori difusi inovasi (keuntungan relatif, kesesuaian, kerumitan, keterujian, keteramatan, dan diskontinuitas). Wawancara berlangsung secara daring melalui aplikasi konferensi video selama kurang lebih 60 menit, dengan izin perekaman suara. Seluruh rekaman ditranskrip secara *verbatim* oleh peneliti.

Teknik analisis data mengikuti model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), yang terdiri dari tiga alur kegiatan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan memilih, memfokuskan, menyederhanakan, dan mengabstraksi data mentah dari transkrip wawancara. Penyajian data dilakukan dalam bentuk teks naratif dan tabel tema. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan membandingkan temuan dengan kerangka teori (Rogers, 2003) dan studi-studi terdahulu. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber.

Penelitian ini memiliki keterbatasan yakni hanya mewawancarai satu informan kunci. Meskipun informan tersebut berada pada posisi strategis (Wakil Pemimpin Redaksi). Idealnya wawancara juga dilakukan dengan teknisi, tim produksi, dan perwakilan audiens. Namun, mengingat keterbatasan waktu dan kerahasiaan internal perusahaan, penelitian ini mengakui keterbatasan tersebut dan tidak mengklaim generalisasi, melainkan kedalaman pemahaman kontekstual.

HASIL PENELITIAN

Stasiun televisi iNews TV pertama kali meluncurkan presenter AI tahun 2023 untuk program buletin sore. Berikut adalah temuan-temuan utama yang disajikan dalam kategori tematik.

Tema 1: Latar Belakang dan Tujuan Adopsi Presenter AI

iNews TV pertama kali meluncurkan presenter AI pada 2023 untuk program buletin sore. Peluncuran ini merupakan inisiatif dari mantan Pemimpin Redaksi, Prabu Revolusi, yang menurut narasumber "sangat *concern* dengan presenter AI". Narasumber menjelaskan bahwa ide ini muncul setelah melihat keberhasilan tvOne yang meluncurkan presenter AI pada April 2023.

Ada tiga tujuan utama: (1) efisiensi kecepatan dalam menyampaikan berita tanpa perlu menunggu jadwal presenter manusia, terutama untuk berita-berita kilat di luar jam tayang reguler; (2) membangun citra inovatif iNews TV sebagai televisi yang "terkini dan tidak ketinggalan zaman"; (3) merespons tekanan persaingan karena kompetitor sudah melakukannya, iNews TV tidak mau ditinggalkan.

Tema 2: Proses Implementasi dan Durasi Penggunaan

Presenter AI direncanakan untuk program buletin sore, tetapi tayangannya juga dicuplik di media sosial untuk membangun *hype*. Proses persiapan memakan waktu beberapa bulan, termasuk uji coba di belakang layar selama beberapa hari untuk memastikan tidak ada gangguan teknis (*zero bug*).

Namun, setelah diluncurkan, presenter AI hanya bertahan sekitar tiga bulan. Narasumber menyatakan: "Mungkin dalam waktu beberapa bulan saja, sekitar 3 bulan, tidak panjang. Karena prosesnya tidak efektif". Keputusan berhenti diambil setelah melapor ke atasan, termasuk ke Prabu Revolusi, karena kendala operasional yang signifikan.

Tema 3: Faktor Penyebab Diskontinuitas

Berdasarkan analisis tematik, terdapat empat faktor utama penyebab diskontinuitas:

Tabel 1. Faktor Penyebab Diskontinuitas

Faktor	Keterangan
Waktu produksi lebih lama	Mebutuhkan 1-2 hari dari naskah hingga <i>output</i> AI siap tayang, sementara presenter manusia hanya hitungan menit.
Biaya infrastruktur tinggi	Harus berlangganan layanan AI karena tidak memiliki <i>in-house tools</i> , biaya berulang menjadi beban.
Tidak bisa improvisasi	Tidak mampu menyesuaikan diri saat <i>breaking news</i> atau perubahan data; proses re-generate lambat.
Kurang sentuhan manusia	Tidak bisa dialog dengan narasumber, ekspresi datar, tidak ada empati.

Narasumber menyatakan:

"Presenter manusia jauh lebih unggul dalam improvisasi, apalagi berita itu dinamis. Jika ada perubahan data saat breaking news, presenter manusia bisa langsung update dalam hitungan detik. Sementara AI harus diketik dulu naskahnya, di-generate, prosesnya bisa puluhan menit hingga sejam."

Tema 4: Respons terhadap Diskontinuitas aan Pembelajaran Organisasi

Menariknya, narasumber tidak menyebut penghentian ini sebagai "kegagalan". Sebaliknya, ia menyebutnya sebagai "proses pembelajaran" dan "langkah transformasi model bisnis ke depan". iNews TV saat ini tetap menggunakan AI untuk konten lain yang tidak bersifat siaran langsung, seperti membuat ilustrasi, video pendek, dan series seperti "Cahaya Rasul" di bulan Ramadan.

Narasumber juga menyatakan bahwa di masa depan, jika teknologi AI sudah lebih murah, mudah, iNews TV mungkin akan menggunakan presenter AI lagi.

Analisis Karakteristik Inovasi

Keuntungan relatif. Rogers (2003) mendefinisikan keuntungan relatif sebagai derajat keunggulan inovasi dibandingkan ide atau praktik sebelumnya. Dalam kasus iNews TV, keuntungan yang diharapkan meliputi: (1) efisiensi biaya (tidak perlu membayar presenter manusia); (2) kecepatan produksi; (3) fleksibilitas waktu 24 jam; (4) peningkatan citra modern. Namun, realitas menunjukkan sebaliknya.

Pertama, dari sisi biaya, iNews TV justru mengeluarkan biaya tambahan untuk langganan layanan AI. Tidak adanya *in-house tools* menyebabkan ketergantungan pada vendor eksternal dengan biaya berulang (*subscription*) yang tidak murah. Menurut narasumber, ini "malah boros sumber daya".

Kedua, kecepatan produksi menjadi lebih lambat (1-2 hari vs hitungan menit). Hal ini membalikkan logika efisiensi yang menjadi janji AI.

Ketiga, fleksibilitas waktu tidak berarti jika hasil produksi terlambat. *Keempat*, peningkatan citra inovatif hanya bersifat jangka pendek (*novelty effect*), tetapi setelah *hype* mereda, manfaat jangka panjang tidak terlihat. Dengan demikian, keuntungan relatif presenter AI di iNews TV dinilai sangat rendah.

Rogers (2003) menyatakan bahwa inovasi dengan keuntungan relatif rendah cenderung diadopsi lebih lambat atau dihentikan. Temuan ini sejalan dengan Harb & Arafat (2024) yang melaporkan bahwa organisasi media di negara berkembang sering kali kecewa dengan keuntungan ekonomi dari AI karena biaya infrastruktur dan lisensi tidak terduga.

Kesesuaian. Kesesuaian mengukur sejauh mana inovasi konsisten dengan nilai, pengalaman, dan kebutuhan pengadopsi. Jurnalisme televisi, khususnya siaran berita langsung (*live broadcast*), memiliki nilai inti: kecepatan, akurasi, improvisasi, dan kemampuan membangun hubungan emosional dengan pemirsa.

Presenter AI, dengan segala keterbatasannya, tidak sesuai dengan nilai-nilai tersebut. Narasumber mencontohkan bahwa ketika terjadi *breaking news*, presenter manusia dapat langsung membaca naskah yang diperbarui dalam hitungan detik, bahkan berimprovisasi dengan bertanya kepada narasumber di lapangan. Sebaliknya, AI memerlukan waktu puluhan menit untuk *re-generate*. Selain

itu, program buletin sore iNews TV sering melibatkan wawancara langsung dengan narasumber melalui sambungan video atau telepon. Presenter AI tidak dapat melakukan itu karena hanya berbasis teks yang telah ditentukan sebelumnya.

Kurangnya sentuhan manusia juga menjadi masalah. Ndlovu (2024) mencatat bahwa audiens di Zimbabwe merasakan "keanehan" saat menonton presenter AI, karena ekspresi wajah yang kaku dan ketidakmampuan menyesuaikan nada suara dengan konten berita. Huang & Yu (2023) melalui *expectation confirmation theory* menunjukkan bahwa kepuasan audiens terhadap AI *anchor* secara signifikan lebih rendah dibandingkan presenter manusia, terutama untuk berita-berita yang memerlukan empati (bencana, kematian, tragedi). Dengan demikian, ketidaksesuaian ini menjadi faktor kunci diskontinuitas.

Kerumitan. Kerumitan adalah tingkat kesulitan yang dirasakan dalam menggunakan inovasi. Menariknya, narasumber mengakui bahwa dari sisi pembuatan naskah, tim redaksi tidak mengalami kesulitan berarti. Namun, kerumitan muncul pada aspek teknis dan infrastruktur. *Pertama*, tidak ada *in-house AI*; ketergantungan pada vendor eksternal memperkenalkan kompleksitas manajemen langganan dan integrasi. *Kedua*, proses generation membutuhkan waktu lama karena harus melalui server eksternal, mungkin terbatas oleh *bandwidth* atau kapasitas komputasi. *Ketiga*, hanya beberapa orang yang terlatih mengoperasikannya, sehingga tercipta *bottleneck* dalam alur kerja.

Munoriyarwa dkk. (2024) dalam studi mereka di ruang redaksi Afrika bagian selatan juga menemukan bahwa kerumitan teknis (kurangnya pelatihan, perangkat lunak yang rumit, dan kebutuhan akan spesialis) merupakan hambatan terbesar adopsi AI. iNews TV mengalami situasi serupa. Kerumitan yang tinggi ini membuat inovasi tidak praktis untuk digunakan secara rutin, apalagi untuk program harian seperti buletin sore.

Keterujian. iNews TV melakukan uji coba di belakang layar selama beberapa hari. Secara teknis, uji coba berhasil: tidak ada *bug*, suara dan gerakan bibir sinkron, tampilan visual menarik. Namun, uji coba tersebut tidak merepresentasikan kondisi operasional jangka panjang. Uji coba mungkin hanya melibatkan satu atau dua segmen berita pendek, tidak mencerminkan beban kerja harian yang memerlukan produksi puluhan segmen. Selain itu, uji coba tidak menguji skenario terburuk, seperti *breaking news* yang memerlukan pembaruan mendadak atau gangguan teknis saat siaran langsung.

Rogers (2003) menekankan bahwa keterujian yang baik seharusnya memungkinkan pengadopsi untuk mengeksplorasi inovasi dalam kondisi yang mirip dengan kondisi nyata. Kegagalan dalam hal ini menyebabkan *post-adoption disappointment*. Dengan kata lain, iNews TV terlalu cepat mengadopsi setelah uji coba yang terlalu pendek dan tidak komprehensif.

Keteramatan. Keteramatan adalah sejauh mana hasil inovasi dapat dilihat oleh orang lain. iNews TV cukup berhasil dalam aspek ini: mereka mengunggah cuplikan presenter AI di media sosial, membangun *hype*, dan mendapat liputan dari media teknologi. Tampilan visual presenter AI yang mulus dan "keren" terlihat menarik bagi audiens awam. Namun, keteramatan yang positif ini hanya bersifat permukaan. Ketika manfaat internal (efisiensi, biaya) tidak terlihat oleh publik, sementara masalah operasional dirasakan oleh internal organisasi, diskontinuitas tetap terjadi.

De-Lima-Santos & Jamil (2024) menyebut fenomena ini sebagai *AI divide*: kesenjangan antara ekspektasi eksternal (didorong oleh persaingan dan tuntutan inovasi) dan realitas internal (hambatan teknis, biaya, dan budaya organisasi). iNews TV adalah contoh nyata dari *AI divide* ini.

Diskontinuitas sebagai Pembelajaran Organisasi

Rogers (2003) membedakan *replacement discontinuance* dan *disenchantment discontinuance*. Kasus iNews TV jelas termasuk dalam *disenchantment*: penghentian terjadi karena kekecewaan terhadap kinerja inovasi yang tidak memenuhi harapan. Namun, menariknya, narasumber menolak label "kegagalan". Ia menyebutnya sebagai "proses pembelajaran" dan "transformasi model bisnis".

Perspektif ini sejalan dengan literatur manajemen inovasi bahwa kegagalan dini (*early failure*) seringkali lebih berharga daripada keberhasilan yang terlambat (Kosterich, 2022). iNews TV belajar bahwa AI tidak cocok untuk siaran langsung, tetapi sangat berguna untuk konten *non-live* seperti ilustrasi dan series pendek. Mereka juga belajar bahwa infrastruktur dan pelatihan adalah prasyarat yang tidak boleh diabaikan. Pembelajaran ini kemudian diinternalisasi: saat wawancara dilakukan (2026), iNews TV sudah menggunakan AI untuk produksi konten ramadan ("Cahaya Rasul") dan tidak lagi mencoba memaksakan AI sebagai presenter berita.

Pembelajaran organisasi semacam ini tidak mungkin didapat tanpa melalui pengalaman nyata. Dengan kata lain, diskontinuitas bukanlah akhir, melainkan bagian dari siklus inovasi yang sehat. Rogers (2003) sendiri mengakui bahwa diskontinuitas sering terjadi pada inovasi yang kompleks dan membutuhkan penyesuaian berulang.

Perbandingan dengan Kasus Lain

Diskontinuitas presenter AI tidak hanya terjadi di iNews TV. Al-Zoubi dkk. (2025) melaporkan bahwa Al-Mamlaka TV di Yordania menguji presenter AI namun menghentikannya karena tantangan serupa: waktu produksi lama dan kurangnya sumber daya teknis. Ndlovu (2024) mencatat bahwa stasiun televisi Zimbabwe yang menggunakan presenter AI "Alice" menerima protes dari pemirsa yang merasa AI tidak mewakili budaya lokal dan tidak memiliki "jiwa". Di India, beberapa stasiun TV lokal juga menghentikan presenter AI setelah beberapa bulan karena rendahnya *rating* audiens.

Namun, ada juga contoh keberhasilan, terutama di China. Xinhua dan beberapa stasiun TV China terus menggunakan AI *anchor* untuk segmen berita tertentu, terutama berita ekonomi dan olahraga yang sifatnya *data-driven* dan tidak memerlukan banyak improvisasi. Perbedaan ini mungkin disebabkan oleh faktor: (1) dukungan pemerintah dan investasi besar-besaran; (2) infrastruktur AI yang lebih matang (kebanyakan dikembangkan sendiri, bukan langganan vendor asing); (3) audiens China lebih toleran terhadap teknologi. Di Indonesia, tanpa dukungan serupa, diskontinuitas lebih mungkin terjadi.

Implikasi Teoretis dan Praktis

Implikasi teoretis: Penelitian ini memperkaya penerapan Teori Difusi Inovasi dalam konteks teknologi AI di media negara berkembang. Rogers (2003) mengembangkan teorinya terutama dari studi pertanian dan kesehatan di Amerika. Penerapan pada inovasi digital di Asia Tenggara menunjukkan bahwa karakteristik inovasi (keuntungan relatif, kesesuaian, kerumitan) tetap relevan, tetapi bobotnya bisa berbeda. Dalam kasus iNews TV, keuntungan relatif yang rendah dan kerumitan tinggi menjadi prediktor diskontinuitas yang kuat. Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa *trialability* yang tidak memadai (uji coba terlalu singkat dan tidak realistis) dapat menyesatkan organisasi.

Implikasi praktis bagi manajemen media:

- (1). Jangan terburu-buru mengadopsi AI presenter karena tekanan kompetitor. Lakukan analisis biaya-manfaat yang komprehensif, termasuk biaya langganan, pelatihan, dan potensi penurunan produktivitas selama transisi;
- (2) Uji coba harus merepresentasikan kondisi operasional nyata, termasuk simulasi *breaking news* dan produksi massal harian. Uji coba satu atau dua segmen tidak cukup;
- (3) Gunakan AI secara selektif dan hibrida. AI sangat baik untuk produksi konten *non-live*, seperti ilustrasi, series, atau berita *data-driven* (olahraga, keuangan, cuaca). Untuk siaran langsung dan berita yang membutuhkan empati, presenter manusia tetap unggul;
- (4) Kembangkan kebijakan transparansi. Audiens perlu diberi tahu jika konten dibuat oleh AI, terutama untuk menghindari misinformasi dan menjaga kepercayaan;
- (5) Bangun kapasitas internal. Jangan tergantung pada vendor eksternal; jika memungkinkan, kembangkan *in-house* AI atau kemitraan jangka panjang dengan pelatihan teknis.

Keterbatasan Penelitian dan Agenda Masa Depan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan:

Pertama, hanya satu informan kunci. Penelitian selanjutnya sebaiknya mewawancarai berbagai pihak: teknisi AI, produser, editor, dan juga audiens;

Kedua, penelitian ini tidak mengukur secara kuantitatif persepsi audiens terhadap presenter AI iNews TV. Studi survei atau eksperimen dapat melengkapi temuan kualitatif ini;

Ketiga, penelitian ini dilakukan beberapa tahun setelah peristiwa; meskipun informan masih mengingat dengan baik, ada kemungkinan bias retrospektif.

Agenda riset masa depan yang menarik antara lain: (1) studi longitudinal tentang adopsi AI di ruang redaksi Indonesia; (2) perbandingan antara stasiun TV yang melanjutkan presenter AI (seperti tvOne) dengan yang menghentikan (iNews TV) untuk mengidentifikasi faktor kunci keberlanjutan; (3) eksperimen tentang bagaimana desain avatar AI (jenis kelamin, etnis, pakaian, aksen) memengaruhi kepercayaan audiens di Indonesia yang multikultural.

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa diskontinuitas presenter AI di iNews TV disebabkan oleh rendahnya keuntungan relatif (waktu produksi lebih lama), ketidaksesuaian dengan nilai jurnalisme langsung (improvisasi, *human touch*), dan kerumitan infrastruktur (biaya berlangganan, waktu *generate* panjang). Kebaruan penelitian ini adalah pengungkapan faktor operasional dan ekonomis dari perspektif insider yang sebelumnya tidak terdokumentasi dalam studi presenter AI di Indonesia. Hal baru yang ditemukan adalah bahwa meskipun presenter AI diadopsi sebagai respons terhadap tekanan kompetitor, keputusan diskontinuitas diambil secara rasional karena ketidakefisienan yang nyata.

Penelitian ini merekomendasikan agar stasiun televisi mengadopsi AI secara hibrida (untuk konten *non-live* atau produksi pendukung) dan menunggu kematangan teknologi (respons *real-time*, biaya murah) sebelum menggunakannya sebagai presenter utama. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan mengkaji persepsi audiens secara longitudinal terhadap diskontinuitas presenter AI.

Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Wakil Pemimpin Redaksi iNews TV, yang telah meluangkan waktu dan memberikan informasi mendalam untuk penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Gunadarma yang memberikan dukungan fasilitas riset.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Zoubi, O. A., Ahmad, N., Abdul Hamid, N. (2025). Artificial intelligence in newsrooms: Case study on Al-Mamlaka TV. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 41(1), 1–18.
- de-Lima-Santos, M. F., & Jamil, S. (2024). Bridging the AI divide: Human and responsible AI in news and media industries. *Journalism*, 25(11), 1–20.
- Harb, Z., & Arafat, R. (2024). The adoption of artificial intelligence technologies in Arab newsrooms: Potentials and challenges. *Journalism and Media*, 5(3), 112–130.
- Huang, Y., & Yu, Z. (2023). Understanding the continuance intention for artificial intelligence news anchor: Based on the expectation confirmation theory. *Systems*, 11(8), 438.
- Kosterich, A. (2022). *News nerds: Institutional change in journalism*. Oxford University Press.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook (3rd ed.)*. SAGE Publications.
- Munoriyarwa, A., Chibvongodze, D., & Mabweazara, H. (2024). Unravelling socio-technological barriers to AI integration: A qualitative study of Southern African newsrooms. *SAGE Open*, 14(3), 1–15.
- Ndlovu, M. (2024). Audience perceptions of AI-driven news presenters: A case of ‘Alice’ in Zimbabwe. *Media, Culture & Society*, 46(5), 1012–1029.
- Perez-Gallardo, A. F. (2025). The future of community press in the Philippines: Exploring regional reporters’ acceptance and use of generative artificial intelligence in journalism. *Pacific Journalism Monographs*, 1(2), 1–25.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations (5th ed.)*. Free Press.
- Thomson, T. J., Thomas, R. J., & Matich, P. (2024). Generative visual AI in news organizations: Challenges, opportunities, perceptions, and policies. *Digital Journalism*, 12(10), 1693–1714.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods (6th ed.)*. SAGE Publications.