

SEMINAR NASIONAL INSTITUT STIAMI

STRATEGI MEMBANGUN CITRA POSITIF DENGAN TEKNOLOGI ARTIFICIAL INTELEGENCE (AI) UNTUK SIARAN BERITA TVONE

Heru Sudinta¹, Krishantoro², Aditya Nugroho³

^{1,2,3} Institut Ilmu Sosial dan Manajemen Stiami, Jakarta Indonesia

E-mail : herutvone@gmail.com¹, krishantoro69@gmail.com², adityanugroho.center@gmail.com³

Submitted : 08/08/2023

Revised : 24/08/2023

Published : 31/10/2023

ABSTRAK

Having a good image for an organization is believed to be able to provide benefits. It is even believed that the accumulation of a good image that has been nurtured over a long period of time is also capable of producing a reputation that will become a weapon in competition and make it easier to make profits. Vice versa, if an organization produces a bad image, then the organization is said to be facing the threat of loss. This means that image is able to determine the public's impression of the company, while the public's impression determines an organization's profit.

The use of Artificial Intelligence (AI) technology in broadcasting news, is tvOne television strategy in forming a positive public impression from viewers' trust in news programs. The use of Artificial Intelligence (AI) technology is believed to help speed up work, analyze and sharpen information. This understanding is expected to be able to gain public support and trust so as to give rise to a positive image of the organization.

Keywords: Positive Image, Artificial Intelligence, Tvone

PENDAHULUAN

Kepercayaan publik terhadap perusahaan selalu disuguhkan dalam bentuk citra. Citra positif pun selalu menjadi idaman layaknya roh yang tak ingin meninggalkan raga dalam sebuah struktur kelembagaan maupun perusahaan. Upaya membangun ataupun mempertahankan citra positif perusahaan dapat dilakukan dengan menanamkan kepercayaan kepada para stakeholders, yaitu publik internal maupun eksternalnya.

Memasuki era society 5.0, citra sangat memegang peran penting dalam mendatangkan keuntungan. Era society 5.0 sendiri pertama kali dicetuskan oleh pemerintah Jepang untuk mendefinisikan sebuah konsep dalam masyarakat yang berpusat pada manusia. Era ini segala aktivitas manusia telah berbasis teknologi dan modernisasi diberbagai bidang (Yasa et al., 2021). Modernisasi di berbagai sektor kehidupan telah membuat data dan informasi berharga, yang berdampak dalam mengubah kehidupan masyarakat (Rahmanto et al., 2021).

Salah satu stasiun televisi swasta nasional bernama tvOne pun mulai memperkenalkan, tiga presenter yang diciptakan menggunakan teknologi kecerdasan buatan atau artificial intelligence (AI). Terobosan ini diperkirakan akan menjadi tren baru dalam industri pers Indonesia dalam

menghadapi era teknologi digital. Bahkan terobosan tvOne diklaim menjadi yang pertama di Asean. Teknologi artificial intelligence memang memungkinkan mesin dan perangkat memiliki keterampilan berpikir selayaknya manusia seperti kecerdasan diri, mempelajari hal baru, dan pemrograman mandiri

Menurut Rosady Ruslan (Rosady, 2003: 20) adalah hubungan media dan pers merupakan alat, pendukung atau media kerjasama untuk kepentingan publikasi dan publisitas berbagai kegiatan kerja atau untuk kelancaran aktivitas komunikasi Public Relations dengan pihak publik. Sedangkan menurut Frank Jefkins (Frank, 2004 : 99) menyatakan suatu kegiatan untuk mencapai publikasi atau penyiaran berita semaksimal mungkin, sedangkan informasi yang disebarkan melalui Public Relations adalah untuk menciptakan pengenalan dan pengertian.

HASIL DAN DISKUSI

Industri media massa elektronik kini terus melakukan perubahan saat menyelami dunia digital. Bahkan bagi industri televisi penggunaan teknologi merupakan hal kewajiban demi menjadi pemenang dari banyak pesaing. Penggunaan presenter AI adalah salah satu terobosan terbarunya. Proses pembentukan citra dimulai dari penerimaan secara fisik (panca indra) masuk ke saringan perhatian (attention filter) dan dari situ menghasilkan pesan yang dapat dimengerti atau dilihat (perceived message), yang kemudian berubah menjadi persepsi dan akhirnya citra (M.Wayne de Lozier, 1976:44).

Presenter AI merupakan impian yang sudah digaungkan sejak lama, yakni bagaimana pekerjaan manusia dapat digantikan secara visual oleh teknologi. Visual inilah yang menjadi kesamaan atas teori yang disampaikan M.Wayne de Lozier tentang proses pembentukan citra.

Sejumlah media asing, seperti BBC dan CNN, pernah memanfaatkan teknologi AI untuk menyiarkan berita secara langsung. Namun, penggunaan teknologi AI dalam praktik siaran presenter tersebut tidak bisa dibiarkan sendiri. Teknologi AI tetap harus ada tim manusia yang bekerja mengawasi, menyuplai informasi hingga mengatur arus informasi sampai menjadi konten berita. Menurut Frank Jefkins (1995) (Rosady, 2003: 70) ada beberapa jenis citra, yakni salah satunya adalah citra yang ingin dicapai oleh manajemen. Bukan saja citra ini menyenangkan hati atau citra pilihan, tetapi citra yang benar-benar ingin dicapai.

TvOne merupakan salah satu stasiun televisi swasta nasional yang terus berkembang sejak berdiri tahun 2008. Bahkan identitas tvOne di segmen televisi berita ternyata mampu menjadi ancaman bagi televisi para pendahulunya. Sebagai industri yang hidup dari jumlah pemasang iklan, tvOne dituntut untuk menyajikan Tayangan televisi berkualitas dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.

TvOne sendiri telah memperluas jangkauan siarannya yang meliputi 120 kota di Indonesia melalui 19 stasiun pemancar dengan populasi lebih dari 110 juta pemirsa, yang mewakili 72 % dari total pemirsa di Indonesia. Penelitian ini menggambarkan orang-orang yang pernah menonton atau pernah menyaksikan presenter presenter AI. Bahkan banyak penonton siaran berita dengan presenter AI, tidak menyadari kalau yang mereka saksikan bukanlah manusia. Penggunaan presenter AI oleh tvOne menjadi strategi jitu untuk menguatkan citra positif, khususnya untuk menyita perhatian penonton muda atau milenial. Identitas teknologi digital memang lebih akrab dengan kaum milenial. Sehingga penyiaran dengan presenter AI dapat dikategorikan penguatan citra demi melebarkan target audiens yang lebih muda. Ketika citra meningkat atas jumlah

penonton yang bertambah, maka secara otomatis presenter AI telah membantu proses bisnis perusahaan dengan baik.

KESIMPULAN

Citra positif memerlukan kehandalan dan kesigapan dari publik internal maupun eksternal perusahaan. Penggunaan teknologi kecerdasan buatan atau artificial intelligence (AI) bagi perusahaan penyiaran media elektronik televisi swasta tvone adalah upaya penerapan strategi meraih citra positif di era era society 5.0. Teknologi digital memang diakui lebih melekat di kalangan kaum milenial atau generasi Z. Hadirnya presenter berita dengan teknologi kecerdasan buatan atau artificial intelligence (AI), memungkinkan tercapainya perluasan target penonton atau pemirsa. Bahkan banyak penonton siaran berita dengan presenter AI, ternyata tidak menyadari kalau yang mereka saksikan bukanlah manusia

Terobosan ini juga menjadi inovasi positif dalam meningkatkan proses bisnis perusahaan, tanpa harus menggerus etika dalam kebebasan Pers di tanah air. Setiap produk siaran presenter AI yang ditayangkan tvOne, selalu diawasi dan diproduksi oleh jurnalis berpengalaman. Sehingga Hadirnya presenter berita dengan teknologi kecerdasan buatan atau artificial intelligence (AI), mampu mendapatkan kepercayaan publik.

.

REFERENSI

- [1] DeLozier, M. Wayne. 1975. *The Marketing Communications Process*. NY: McGraw-Hil
- [2] Jefkins, Frank. 2004. *Public Relations*, Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga
- [3] Ruslan, Rosady. 2003. *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Rajawali Press
- [4] Yasa, A., Suswanta, S., Rafi, M., Rahmanto, F., Setiawan, D., & Iqbal Fadhlurrohman, M. (2021). Penguatan Reformasi Birokrasi Menuju Era Society 5.0 di Indonesia. *Nakhoda: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 20(1), 27–42. <https://doi.org/10.35967/njip.v20i1.139>.
- [5] <https://www.unpad.ac.id/2023/04/teknologi-ai-dalam-industri-pers-akankah-menggantikan-peran-pekerja-media/apabila-mengutip-konten-berita-ini>.