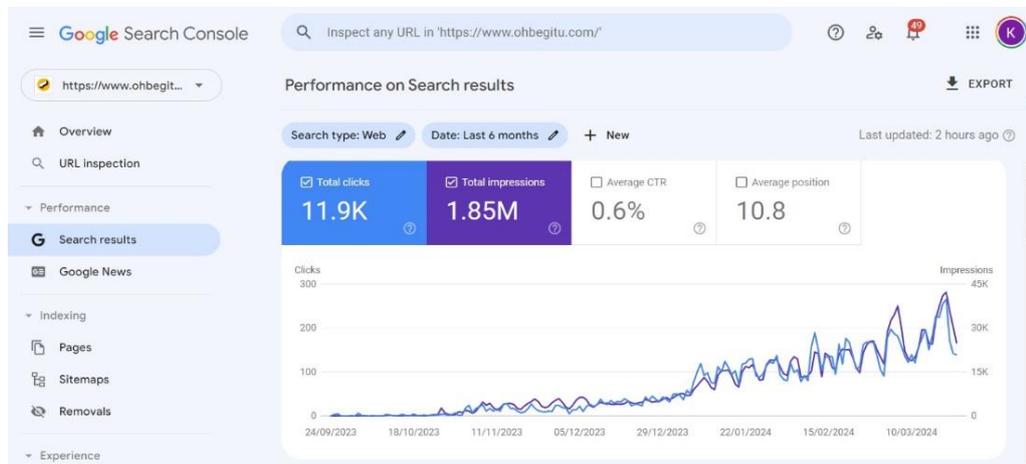


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Ohbegitu.com merupakan salah satu *platform* media *online* yang dibuat oleh tim redaksi Kompas.com pada tanggal 12 Juli 2023. Walaupun Ohbegitu.com masih terbilang menjadi *platform* baru tetapi *performance* Ohbegitu.com sudah memiliki jumlah pembaca sebanyak 11,9 ribu dan jumlah *impressions* sudah mencapai 1,85 juta.



Gambar 1. 1 *Performance* Ohbegitu.com (Data 25 Maret 2024)
Sumber: Dokumentasi Ohbegitu.com

Gambar di atas merupakan *performance* Ohbegitu.com dengan data di ambil pada tanggal 25 Maret 2024. *Platform* media *online* ini terdiri dari artikel-artikel unik dan menarik yang dibuat dengan bantuan teknologi *Artificial Intelligence* (AI). Terdapat beberapa rubrik yang ada pada media *online* Ohbegitu.com ini diantaranya Oh Pedia, *Travel Food, Lifestyle*, Teknologi, Otomotif, Properti, *Sport*, dan Sains.

Menurut laporan dari *We Are Social*, pada bulan Januari tahun 2023 jumlah pengguna internet di Indonesia sebanyak 213 juta orang dan jumlah ini setara dengan 77% dari total populasi Indonesia yang berjumlah 276,4 juta orang (Annur, 2023). Melihat penggunaan internet di Indonesia yang tinggi ini

memberikan dampak perubahan terhadap semua industri, tidak terkecuali industri media massa. Perubahan ini telah mengubah media massa yang bersifat konvensional menjadi digital. Kemampuan teknologi digital semakin menarik perhatian manusia untuk menyampaikan pesan dengan lebih efisien dan mudah dalam menemukan informasi terbaru. Dalam hal ini, informasi menjadi kebutuhan masyarakat terutama pada era modern saat ini.

Pada era modern saat ini, masyarakat membutuhkan informasi yang tidak hanya aktual, terpercaya, dan menarik saja tetapi juga membutuhkan informasi yang cepat. Dalam hal ini media massa yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut yaitu media *online*. Media *online* telah muncul sebagai media baru (*new media*) setelah media cetak dan elektronik. Kehadirannya menjadi tantangan bagi industri media, terutama media cetak yang terbatas dalam hal waktu dan jangkauan. Kecepatan dan aktualitas menjadi keunggulan utama bagi media *online*, sehingga dapat menarik perhatian pengunjung atau pembaca lebih banyak (Pattia & Radjagukguk, 2020).

Berdasarkan data Dewan Pers, pada Januari 2023 terdapat 1.711 perusahaan media di Indonesia yang telah terverifikasi. Dari jumlah tersebut, terdapat 902 perusahaan media *online* (Putri, 2023). Melihat data dewan pers tersebut, menjadikan perusahaan media *online*, industri media untuk terus berinovasi dan mampu mengembangkan teknologi *trend* saat ini yaitu *Artificial Intelligence* (AI) (Saidah, 2021). Nezar Patria selaku Wakil Menteri Komunikasi dan Informatika dalam Indonesia *Digital Conference Artificial Intelligence* untuk Transformasi Industri Tantangan Etik, Inovasi, Produktivitas, dan Daya saing di Berbagai Sektor (2023) mengungkapkan bahwa di masa mendatang, sektor industri jurnalisme diharapkan berani mengadopsi teknologi *artificial intelligence* (AI) sebagai upaya meningkatkan nilai efisiensi operasional pelaku industri media dan dapat meningkatkan nilai dan kualitas jurnalisme dan media. Dalam mengadopsi teknologi *artificial intelligence* (AI) pada industri jurnalisme dapat mendorong empat rantai nilai AI dalam pembuatan konten, pengumpulan konten, distribusi konten, dan pemanfaatan konten. Dalam hal ini,

diharapkan industri jurnalisme dan media *online* dapat berkembang sejalan dengan perkembangan teknologi (Kominfo, 2023).

Industri media memanfaatkan perkembangan teknologi ini dalam proses produksi media dari ranah pekerjaan jurnalisme dengan menggunakan kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence* (AI). Pada industri media, AI berperan sebagai produksi konten hingga pendistribusian sebuah berita (Saidah, 2021). *Artificial intelligence* (AI) merupakan disiplin ilmu komputer dengan berfokus pada pengembangan sistem yang dapat meniru kecerdasan manusia. Dalam hal ini, AI melibatkan penggunaan algoritma dan teknik komputasi untuk memungkinkan mesin atau komputer mempelajari data, menganalisis informasi, mengambil keputusan, dan melaksanakan tugas yang memerlukan pemikiran cerdas. Terdapat beberapa pendekatan dan teknik yang dimiliki AI diantaranya *machine learning*, *deep learning*, logika *fuzzy*, dan sistem pakar (Hanifa, Sholihin, dan Ayudya, 2023).

Dalam penerapan pembuatan artikel media *online* yang dibantu dengan menggunakan *artificial intelligence* (AI) tersebut maka diperlukannya sebuah manajemen yang tepat dalam sebuah redaksi untuk bisa melihat sejauh mana kelemahan dan kelebihan yang harus ditonjolkan oleh sebuah media *online* yang pembuatan artikelnya dibantu dengan menggunakan AI. Oleh karena itu, perusahaan media ini membutuhkan manajemen yang efektif terutama pada bagian redaksi. Manajemen memegang peranan penting dalam berdirinya sebuah perusahaan (Syafina, 2022).

Menurut James A.F. Stoner (1982), Manajemen adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh individu-individu di dalam suatu organisasi, seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan dengan tujuan untuk mencapai sasaran organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya (Syafina, 2022). Sedangkan manajemen redaksi adalah proses produksi berita yang dilakukan oleh sebuah media massa. Dalam proses ini terdapat tahap-tahap manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan (Qodriyah & Harmonis, 2022). Apabila salah satu fungsi manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan tidak dijalankan

dengan baik, maka manajemen dari perusahaan tersebut bisa dikatakan tidak berhasil karena kegagalan pada satu fungsi akan menghambat kemampuan fungsi lainnya untuk mencapai tujuan organisasi.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam tentang strategi manajemen redaksi media *online* Ohbegitu.com dalam pembuatan artikel menggunakan *artificial intelligence*. Maka dari itu, penelitian ini berjudul “Manajemen Redaksi dalam Pembuatan Artikel Menggunakan *Artificial Intelligence* pada Media *Online* Ohbegitu.com”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: Bagaimana Manajemen redaksi dalam pembuatan artikel menggunakan *artificial intelligence* pada media *online* Ohbegitu.com?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini yaitu: untuk mengetahui manajemen redaksi dalam pembuatan artikel menggunakan *artificial intelligence* pada media *online* Ohbegitu.com.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pembaca, baik dari segi teoritis ataupun praktis, sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan khazanah keilmuan terutama studi mengenai teknologi *Artificial Intelligence* (AI) dalam perkembangan jurnalisme *digital* dan menjadi bahan literatur pada mata kuliah Manajemen Media.

1.4.2 Manfaat Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan praktis bagi industri media mengenai manajemen media dalam mengelola pembuatan artikel dengan menggunakan teknologi *Artificial Intellegence* (AI) dalam perkembangan jurnalisme *digital*.