

BAB II

Desain Media Online

Pesatnya perkembangan media online memunculkan berbagai model dan segmentasi konten yang mengarah pada ciri karakteristik media sebagai bentuk persaingan antar media. Ketatnya persaingan tersebut mendorong media memproduksi konten personalisasi berdasarkan keinginan pembaca. Perkembangan teknologi komunikasi, berdampak baik pada media yang terus bermunculan dan membantu kerja jurnalis, salah satunya pemanfaatan big data sebagai sumber informasi. Melalui aktivitas digital, *big data* bekerja merekam aktivitas untuk mengetahui perbincangan pembaca yang akan memberikan pertimbangan dalam produksi konten dan mengetahui konten yang akurat diminati pembaca. Bab ini membahas model media yang menggunakan AI sebagai bagian dari proses produksi konten.

2.1. Perkembangan Media Online

Perkembangan media online tidak bisa dipisahkan dengan adanya peningkatan pengguna internet dan peningkatan infrastruktur jaringan yang mendorong kemudahan akses. Menurut Data *We Are Social*, pengguna internet di Indonesia per Januari 2020 mencapai 175.4 juta pengguna dengan penetrasi mencapai 64% persen, meningkat 17% diantara tahun 2019 dan 2020. Artinya berdampak baik pada industri media online yang sangat mengandalkan internet untuk akses utama. Peningkatan pengguna internet membuat bisnis media online terus berkembang dengan memberikan berbagai konten menarik ataupun sekedar meningkatkan trafik.

Sebelumnya Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Indonesia menyebut perkembangan media online Indonesia terbagi dari berbagai tahap. Pertama, era 1990an atau disebut generasi pertama, yang ditandai dengan munculnya www.republika.co.id pada 17 agustus 1995. Republika mengawali upaya media memperluas jaringan yang sebelumnya fokus pada media

cetak. Kondisi politik yang tidak stabil berdampak pada pemberedalan media yang mengeritisi pemerintah, mendorong muncul media online, seperti yang dilakukan Tempo dengan meluncurkan www.tempo.co pada 2 September 1996, disusul www.waspada.co.id di Medan pada 11 juli 1997, www.kompas.com pada 22 agustus 1997. Kedua, genderasi ini diawali dengan munculnya media online yang otonom tanpa ada media utama (Cetak) seperti sebelumnya. Media detik.com yang laih pada 9 juli 1998 memulai mengenalkan media ringkas yang menjadi ciri media online sekarang. Ketiga, generasi Datcom yang ditandai munculnya media lokal. Pada fase ini, generasi Detikcom mulai tergerus dengan model media grup yang menggabungkan berbagai media dalam satu wadah untuk mengurangi oprasional. Fase ini ditandai munculnya grup PT Media Nusantara Citra (MMC) dialamnya terdapat setasiun tv, media cetak dan radio meluncurkan www.Okezone.com yang sekarang menjadi situs media terpopuler di Indonesia pada situs Alexa.com.

Sekarang, media online menjadi sarana penting mendapatkan informasi dibanding dengan media konvensional. Data Alexa.com seperti gambar dibawah menunjukkan media online memiliki kunjungan yang tinggi dari pembaca dengan lama kunjungan diatas dua menit dan sangat bergantung dengan penyebaran link yang dilakukan diplatform media sosial. Minat kunjunga terus meningkat, yang berdampak baik pada industri media.

Tabel 2.1 :Media online yang sering dikunjungi di Indonesia

Website	Time/Site (m/s)	Page/visit	Total Link	Rank
Okezone.com	4:27	4.41	16,992	1
Tribunnews.com	3:53	1.99	29,448	3
Grid.id	4:25	2.05	8,546	5
Detik.com	6:46	4.20	45,211	6
Kompas.com	4:30	2.14	46,541	7
Sindonews.com	3:49	2.42	5,074	8
Liputan6.com	4:44	2.11	21,292	9
Suara.com	3:32	2.14	4,665	12
Merdeka.com	3:29	1.78	10,977	13
Kumparan.com	2:57	1.93	5,695	14
Lokadata.id	2:39	2.2	44	3008

Sumber:Alexa.com diakses pada 21 Mei 2020

Menarik melihat media online yang tergolong baru dalam merebut pangsa pasar, mulai dari mengandalkan konten, konektivitas dan sementasi kusus. Kusus Lokadata.ID yang tergolong baru usianya masih seumur jagung dengan awal pemberitaan pada Januari, menggunakan teknologi sebagai bagian utama kerja jurnalistik. Hasil akhir konten berupa olah data sebagai ciri utama konten dengan tampilan visual angka dan grafik yang sangat dominan. Media online sangat mengandalkan share di media online untuk mengarahkan pembaca ke publiser. Tidak sedikit ruang redaksi menggunakan model konvergensi yang menggabungkan berbagai media (TV, radio, cetak, online) dalam satu alur kerja yang saling mengisi dengan teknologi digital. Menurut Terry Flew konvergensi media merupakan hasil dari irisan tiga unsur *new media* yaitu jaringan komunikasi, teknologi informasi, dan konten media. Ketiga unsur itu menyebabkan perubahan dasar dalam penanganan, penyediaan, distribusi dan pemrosesan seluruh bentuk informasi baik visual, audio, dan data (Preston, 2001 dalam Anton, Prihartono, & Sos, 2016:108). Perubahan tersebut dimaksudkan agar mudanya integrasi antar media dalam sistem jaringan. Media yang menerapkan konvergensi lebih cenderung media yang mengalami adaptasi dengan teknologi bukan pada media yang lahir karena adanya teknologi digital seperti lokadata.id.

Lokadata.ID dengan total kunjungan yang mencapai 2.2 kali untuk media baru tidaklah buruk, meskipun total link yang masih tergolong sedikit dibanding media lain, menjadi tugas Lokadata.ID meningkatkan interaksi digital untuk menarik para pembaca dari media online ke publiser. Data We are Social, Hotesuit (2020) menunjukkan media sosial yang sering diakses pengguna internet di Indonesia tahun 2020 (februari) yaitu Youtube mencapai 88%, WhatsApp sebesar 84%, Facebook sebesar 82%, dan Instagram 79% dengan rata-rata waktu yang dihabiskan masyarakat Indonesia untuk mengakses sosial media selama 3 jam 26 menit (<https://databoks.katadata.CO.ID> diakses pada 4 juni 2020, pukul 11.25). Mengutip dari situs

resmi lokadata.id, berusaha menghadirkan media online yang berbasis pada data analisis berdasarkan riset. Lokadata.ID menilai informasi yang berkembang setiap harinya, membuat pembaca dengan artikel data menunjukkan grafik meningkat dalam perkembangannya. Hal tersebut yang menjadi dasar Lokadata.ID mengenalkan konsep jurnalisme data sebagai konten unggulan ditengah media online yang mengandalkan informasi cepat. Untuk mendorong konsistensi tersebut, lokadata.id menggunakan teknologi otomatisasi sebagai pendukung yang diimplementasikan dalam bentuk kecerdasan buatan. Kecenderungan perubahan gaya membaca oleh audines memberikan peluang baru Lokadata.ID bersaing.

2.2. Lokadata.ID

2.2.1. Sejarah Lokadata.ID

Lokadata.ID merupakan perusahaan media online yang tergolong baru dalam dunia jurnalistik. Tampil pertama kali dalam memberikan informasi pada desember 2019, Lokadata.ID hadir memberikan warna baru dengan fokus utama konten berkaitan dengan dunia ekonomi. Mengutip dari situs resminya www.lokadata.ID, media ini fokus menampilkan jurnalisme data dan riset sebagai konten utama. Lokadata.ID beranggapan ada trend perubahan pembaca yang sedang berlangsung di Indonesia, mulai dari konsumsi konten yang mendalam ke konsumsi konten informatif hingga konten visual dengan data-data mendominasi. Perubahan ini yang melandasi Lokadata.ID konsisten menghadapi persaingan dengan konten data.

Gambar: logo Lokadata.id



Sumber: www.Lokadata.ID diakses pada 12 mei 2020

Perspektif yang baru dalam mengonsumsi konten dipercaya mampu menampilkan peristiwa atau tren yang lebih menarik dan menjadi tantangan jurnalisme dimasa depan yang berinteraksi langsung dengan teknologi digital. Kumpulan data yang tersebar dinilai menjadi era baru media mendapatkan sumber informasi dan melihat isu.

Sejak pertama kali menampilkan konten pada desember 2019, berbagai bentuk dan tampilan konten telah tersebar melalui platform situs. Keseriusan Lokadata.ID bergerak pada jurnalisme data terlihat dari perubahan mendasar mulai dari nama dan struktur keredaksian. Dulunya Lokadata.ID dikenal dengan nama perusahaan beritagar.id yang didalamnya ada berbagai situs mini seperti lokadata.beritagar.id yang menampilkan berita visual mulai dari grafik, tabel dan statistik. Menurut Rahadian Prajna Paramita selaku *Deputy Editor In Chief* Selama 4,5 tahun dengan nama media beritagar.id, dinilai tidak identik dengan data, sehingga perlu ada perubahan nama agar identik dengan jurnalism data, sehingga berganti nama lokadata.id.

“kita mau fokus pada data, kita cari nama yang lebih keasosiasi ke data makanya lokadata”, (Sumber: wawancara, Rahadian:2020)

Awalnya, Beritagar.ID selaku media terdahulu dari Lokadata.ID lahir pada 2015 yang merupakan situs kurasi publik, lintas.me (2011), dengan situs kurasi Beritagar.com (2012). Praktik yang dilakukan Beritagar.id yaitu dengan melakukan agregasi konten dari berbagai sumber yang kemudian digabungkan. Redaksi berperan menyunting dan melengkapi dari sumber lain. Melalui penggunaan teknologi otomatis, Beritagar.id media pertama di Indonesia yang menggunakan kecerdasan buatan dalam produksi konten.

Kini, Lokadata.ID dikenal luas media berbasis data, bahkan telah menjadi rujukan media-media lain untuk belajar dan mengenal jurnalism data. Data diyakini mampu berperan penting dalam pengambilan keputusan, mulai dari bidang bisnis, politik atau

pemerintah. Melalui jurnalisme data, media mampu memberikan informasi akurat dan menangkis berita bohong dan hoax.

2.2.2. Struktur Organisasi

Lokadata.ID secara entitas bisnis di bawah payung PT Lintas Cipta Media (LCM) yang merupakan anak perusahaan Global Digital Prima (GDP) Venture. GDP Venture adalah perusahaan investasi di bisnis konsumsi melalui internet dan aktif berinvestasi di perusahaan rintisan di Indonesia. Mengutip dari situs resminya www.gdpventure.com, GDP Venture bertujuan untuk menciptakan ekosistem sehat menghasilkan perusahaan digital yang didukung tim *technopreneur* besar, insinyur dan pemasar. GDP Venture bergerak pada komunitas digital, media, perdagangan, dan perusahaan solusi di industri internet konsumen Indonesia. Dukungan yang kuat dibidang digital, GDP Venture memiliki berbagai anak perusahaan dibidang digital, salah satunya media online seperti IDN Media, Bolalob, DailySocial, Bobotoh.id, Kumparan, Kincir, opini, Kurio, Endeus, HistoriA, dan Womentalk.com. Sementara komunitas online memiliki Kaskus, dan Mindtalk. Dukungan Jejaring media online tersebut, membuat Lokadata.ID memiliki akses informasi yang luas dalam memberikan konten menarik terutama mengenai jurnalisme data.

Lokadata.ID beralamat di Wisma 77 Tower 1, Lantai 3 Jl. Letjen S. Parman Kav. 77 Slipi - Jakarta Barat 11410 dapat dihubungi Telp. +6221 5366 6794 Faks. +6221 5366 6794, Email redaksi@lokadata.id marketing@lokadata.id. Adapun struktur organisasi sebagai berikut:

Board Of Directors/ Pimpinan Umum

Chief Executive Officer :Herman Kwok
Chief Operation Officer :Didi Nugrahadi

Editorial Team

Editor In Chief :Dwi Setyo Irawanto
Deputy Editor In Chief :Rahadian Prajna Paramita
Editorial Board :Luky Maulana Firmansyah, Rabiatul Adawiyah, Tasya Simatupang
Multimedia :Bagus Tri Wibowo, Pratita Mandaga Sigilipoe, Salni Setyadi
Editorial Secretary :Airin Febrina

Data & Research

Chief Data Officer :Ahmad Suwandi
Data Analyst :Choirunnisa Nur, Cornelius Agung B, Dimas Sigi Nugraha, Doddy Farhan, Imron Fauzi, Muhammad Nafi', Ryane Andika Kristianto
Data Logistics :Agung Setyo Nugroho, Cahaya Harahap, Lita Kurnia Salsabila, Markus Deni Kuncoro, Muhamad Yogi
Content :Anindhita Maharrani, Islahuddin
Data Scientist :Kaka Enindhita Prakasa, Nanang Syaifudin
Data Visualizer :Arijal Khoiru Firos, Astari Kusumawardhani

Technology

Head Of Technology Dept :Henkie Prabancono
Development :Atik Nugraha, Eka Arisman, Eka Candra Setyobudi, Iyan Kushardiansah, Luluq Miftakhul Huda
Support :Norvianto, Prisca Prisilia Rambitan, Reno Ardy Darmawan, Trio Putra Candra Buwana

Marketing & Sales

Head Of Marketing & Sales Dept : Iqbal Prakasa
Activation & Partnership :Arianti Wulandari, Martyn Kho
Digital Marketing :Firni Fadzriani
Social Media Engagement :Partiniyani Yuningsih
Head Of Sales Division :Ris Munandar Aribowo
Account Executive :Aisha Putri Tania, Adhitya Hakim, Andreas Imanuel
Planner :Albertus A. Walandow, Mutiasari
Head Of Content Marketing Division :Syarahsmanda Sugiartoputri

Content Developer :Abdul Wahid Fauzie, Andreas Yemmy Martiano, Gary Jatikusumo, Indra Wiguna Rosalia, Irsan Suwanto, Muhammad Imaduddin, Randi Aditya, Sri Wiyanti

Office Management :Susi Rahayu

Editoairal tim Lokadata.ID yang memiliki wewenang menampilkan konten di platform sekilas tidak memiliki perbedaan dengan media lainnya, yaitu berkutik dengan arah pemberitaan, nulis, reportase dan kerja redaksi. perbedaan mendasar yang terjadi yaitu metode mendapatkan, memproses konten yang akan ditampilkan. Redaksi lebih banyak menggunakan sumber konten yang telah tersedia kemudian dikurasi dan diproses berdasarkan kebutuhan media.

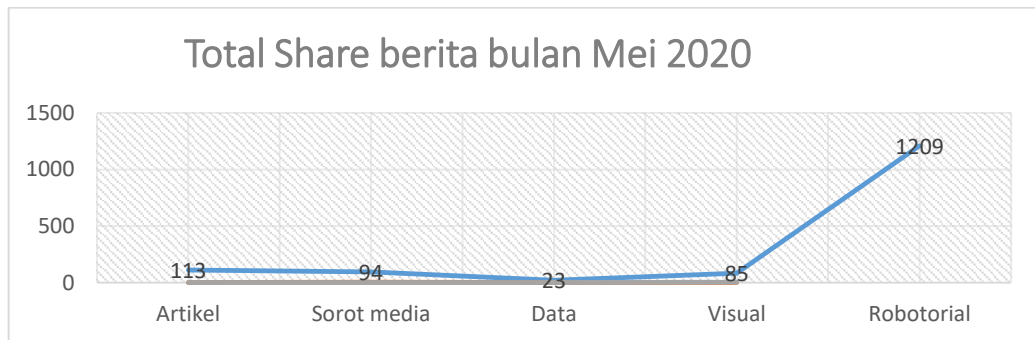
Adanya tim Data dan Research dalam struktur organisasi mempertegas Lokadata.ID mengembangkan jurnalisme data di media Indonesia. Tim data tersebut memberikan kontribusi aktif untuk konten yang akan kurasi oleh tim editor. Berdasarkan penjelasan Rahadian Prajna Paramita selaku *Deputy Editor In Chief*, tim data bertugas memberikan sumber data yang akan diolah oleh tim redaksi. Rahadian menyebut, tim data bukan hanya memberikan sumber data untuk Lokadata.ID, melainkan media lain yang membutuhkan data dan media dengan satu jejaring. Utama tugas dari tim data lebih kepada urusan bisnis.

Konteks penerapan AI dalam produksi konten di lokadata.ID, berada dalam tugas tim teknologi yang menjamin setiap proses otomatisasi berjalan dan berfungsi dengan baik. Rahadian menyebut tim teknolgi bertugas menjamin kerbelangungan sistem otomatisasi dan proses digital . Hal tersebut didasari pada oprasional utama Lokadata.ID adalah sistem digital.

“Tim teknologi bertugas mulai menjaga sistusnya hidup, menjaga sirver, ngurus tms, menejemen servisnya, dan AI”, (sumber: wawancara, Rahadian:2020)

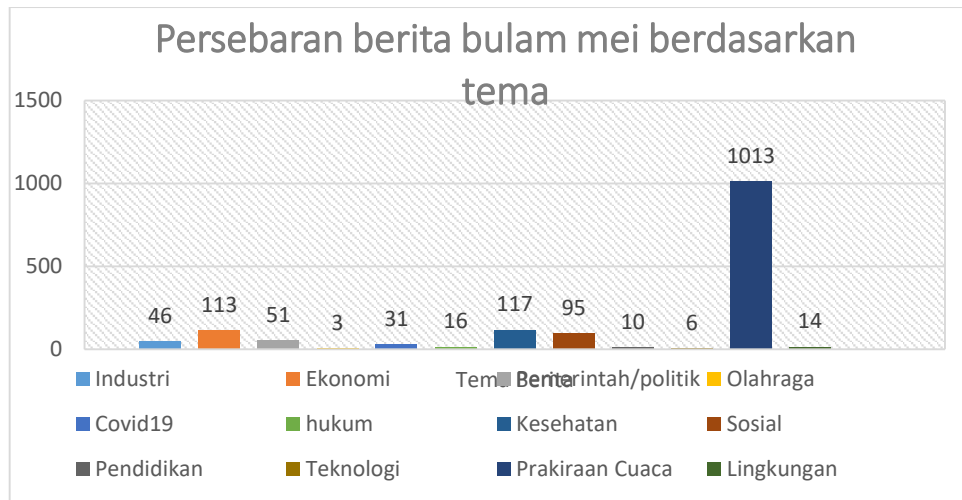
2.2.3. Rubikasi Berita

Lokadata.ID dalam menyampaikan konten membagi berbagai isu kedalam berbagai rubikasi, mulai dari artikel, visual, data, robotorial, living data, sorot media, edisi khusus dan laporan khas. Berdasarkan analisis isi konten pada bulan Mei 2020, Lokadata membagikan berita 15015 berita dengan tema dan rubikasi berbeda-beda seperti dalam grafik dibawah. Rubik robotorial sangat mendominasi persebaran berita dalam platform.



Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Peserbaran berita berdasarkan tema, berita tentang prakiraan cuaca sangat mendominasi. Berita ini diproduksi secara otomatis menggunakan AI. Berdasarkan kategori berita, isu industri 46, ekonomi 113, pemerintah/politik 51, olahraga 3, covid19 31, hukum 16, kesehatan 117, sosial 95, pendidikan 10, teknologi 6, prakiraan cuaca, 1013 dan lingkungan 13. Melihat dari hasil analisis isi, diluar produksi robot, isu ekonomi menjadi fokus utama redaksi, hal tersebut sejalan dengan idologi media dan kebijakan redaksi. Lokadata.ID memberikan perhatian lebih pada dunia ekonomi, mulai menampilkan info tentang *trand* pasar, harga saham, emas dan juga industri.

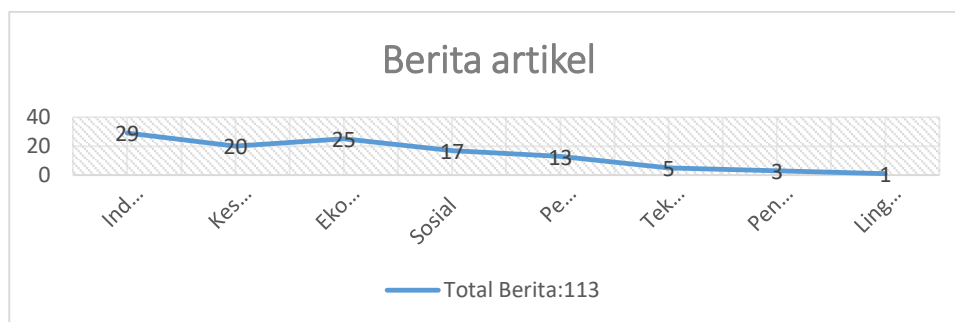


Sumber: Olahan Peneliti (2020)

2.2.3.1. Rubikasi Artikel

Rubikasi Artikel berisi berita-berita keseharain dengan berbagai isu terkini. Karakteristik konten yaitu menampilkan teks kata didukung data yang tampilan secara visual dengan tetap mengandalkan informan untuk menceritakan kronologi setiap berita. berdasarkan analisi isi, isu industri mendominasi konten yang disusul isu ekonomi, seperti terlihat pada gambar grafik.

Grafik 2.1 Rubikasi artikel

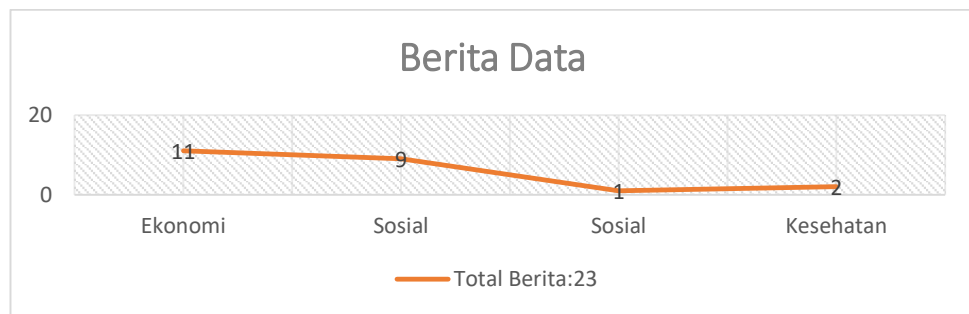


Sumber: Olahan Peneliti (2020)

2.2.3.2. Rubikasi Data

Rubikasi data berisi berita yang diominasi tampilan berupa grafik dan artikel berita. artikel berita dalam rubik karakternya tidak berbeda jauh dengan rubik artikel, namun

kusus sub grafik hanya menampilkan grafik dengan penjelasan singkat. Berdasarkan analisis isi, isu ekonomi banyak ditampilkan dalam rubik seperti gambar grafik dibawah.



Sumber:olahan peneliti (2020)

2.2.3.3. Rubikasi Living Data

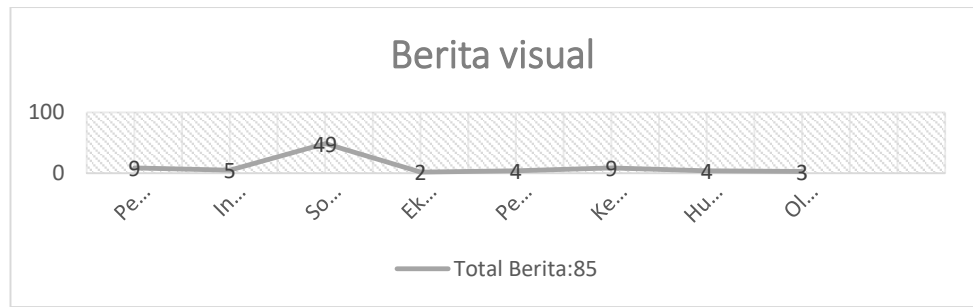
Rubik *living data* berisi konten mengenai isu kusus yang ditampilkan dalam bentuk gambar, infografik dan visual. Karakternya berisi pengumpulan, pengelolaan dan pemaparan data dengan penjelasan teks singkat.

2.2.3.4. Rubikasi Edisi Kusus

Rubik ini mengulas kisah, seputar istimewa atau topik istimewa. Contoh isu yang diangkat seperti “bui warisan kompeni”, dan “nasi goreng”. Karater berita pada rubik lebih kepada berita informatif yang membahas dari sejarah hingga kondisi terkini.

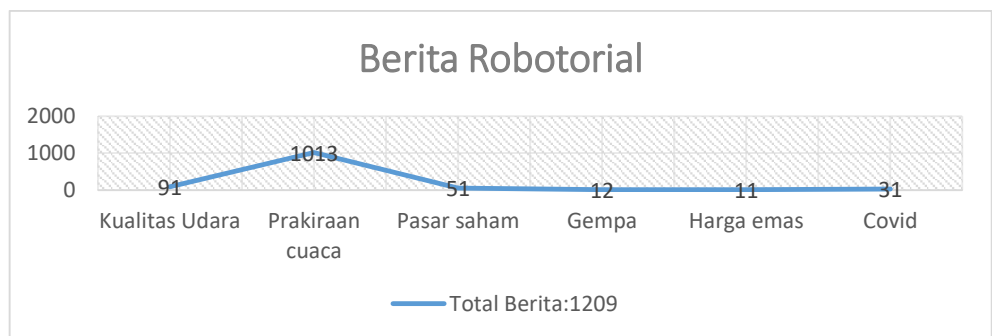
2.2.3.5. Rubikasi Visual

Rubikasi visual menampilkan berita dengan kemasan hiburan. Terdapat berbagai tema kategori rubik, mulai dari video, grafik, komik, dan kartun. Berdasarkan analisis isi berita video menominasi disusul kartun, komik dan grafik. Isu yang dibahas lebih kepersoalan sosial dengan berbagai perspektif seperti dalam grafik dibawah.



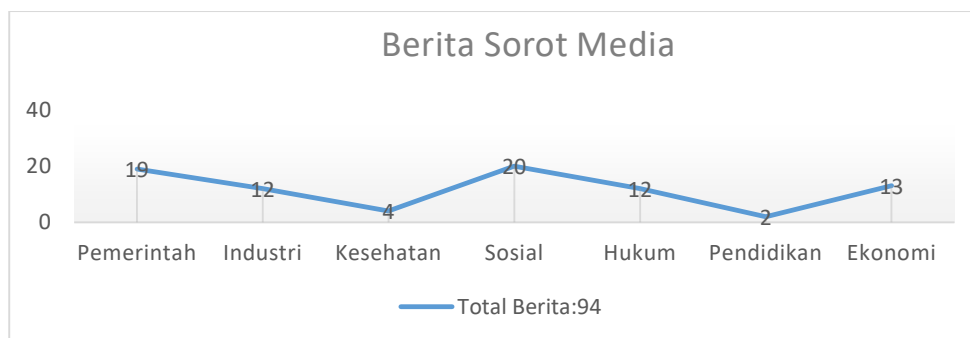
2.2.3.6. Rubikasi Robotorial

Rubikasi Robotorial berisi berita-berita rutin yang prosesnya menggunakan kecerdasan buatan. Isu-isunya seperti prakiraan cuaca, kualitas udara, pasar saham, harga emas, gempa, olahraga, covid. Karakter dari rubik ini lebih menampilkan berita informatif berdasarkan data yang tersedia. Detail berita seperti dalam garfik dibawah.



2.2.3.7. Rubikasi Sorot Media

Rubikasi ini berisi tentang isu terkini yang menjadi perbincangan didunia digital, mulai dari media sosial hingga media online. Karaternya memanfaatkan adanya big data yang mampu menyimpan data interkasi dan tampilannya perpaduan antara teks dan gambar (foto, dan grafik). Berdasarkan analisis ini, rubik ini banyak memperhatikan isu sosial sperti pada grafik dibawah.



Sumber:Olahan Peneliti

2.2.3.8. Rubik Laporan Khas

Rubik Laporan Khas berisi informasi terkini yang ditampilkan dengan laporan kusus, mulai dari interview, data, dan narasi berita.

2.2.4. Perubahan Lingkungan Media

Hadirnya teknologi dalam kegiatan media memberikan perubahan mulai dari struktur, budaya kerja, dan model media. Platfom Media online membangun struktur yang disesuaikan dengan perkembangan teknologi, karena ada peningkatan penggunaan alat-alat digital. Begitupula dengan budaya kerja yang berinteraksi dengan dengan plalfrom media sosial dan aplikasi penulisan berita. Kedua praktek tersebut mampu membentuk model media lebih bersegmetasi kusus yang menysar kalangan terbatas. Kondisi itu mampu mendesain ulang ruang redaksi, mulai dari bekerja, distribusi konten, dan melihat pembaca. Selama ini, jurnalis memiliki kendali penuh konten yang akan diproduksi dan menjadi pusat informasi, namun media sosial dan informasi digital merubah anggapan ini. Jurnalis sekarang memiliki tugas tambahan bagaimana mampu memproduksi konten berdasarkan medium penyebaran yang tidak berhenti pada platfrom media, melainkan ke media sosial yang memiliki ciri berbeda, seperti konten audio, video teks, teks singkat. Platform produsen berita sangat mengandalkan “sistem anjuran” untuk memfilter konten berita. Sistem semacam ini memprioritaskan dan mempersonalisasikan konten berita berdasarkan preferensi pengguna yang direkam atau

disimpulkan (Konstan & Riedl 2012: dalam Wilding et al., 2018:52). Cara tersebut mampu mengenali pembaca, sehingga memberikan konten yang diminati dengan sistem mengumpulkan informasi, pemerosesan pembelajaran dan prediksi/rekomendasi (Wilding et al., 2018:52).

Menurut Hasebrink dan Hepp (2016), lima tren umum dalam lingkungan media yang berubah untuk jurnalisme. Pertama, *diferensiasi* media dan praktik komunikatif memberi audiens peluang baru untuk berpartisipasi. Kedua, meningkatkan konektivitas antara jurnalis dan pemirsa. Ketiga, pentingnya kehadiran umpan balik audiens dan kontribusi lainnya. Keempat, laju inovasi teknologi media terus meningkat dan penggunaannya oleh jurnalis dan audiensi. Kelima, *datacation* dan pemantauan perilaku audiens berdasarkan jejak digital yang semakin beragam seperti rasio klik dan media sosial analitik yang mengungkapkan informasi tentang preferensi berita, evaluasi dan keterlibatan (Kramp & Loosen, 2018:209). Kelima trend tersebut sangat berdampak besar pada konten yang diproduksi. Kelima perubahan tersebut tidak bisa lepas dari adanya big data. Bagi media cetak, majalah dan online, Big data dapat mencakup pemirsa analitik untuk memungkinkan pemahaman dan penargetan pelanggan, bagi jurnalistik alat untuk mengelola dan mencari informasi (Stone et al., 2014:1). Big data menjadi penting bagi media yang lahir dan berkembang dengan memanfaatkan teknologi sebagai sumber utama produksi konten. Konten dengan ciri dari pengelolaan big data terlihat dari banyaknya visual angka dalam konten. Setidaknya ada dua model media yang berkembang dengan adanya teknologi, pertama media yang beradaptasi dengan teknologi (konvergensi) dan media yang lahir karena adanya teknologi.

Melihat dari lima perubahan Menurut Hasebrink dan Hepp (2016), Lokadata.ID melakukan perubahan yang terlihat dari praktik dan produk konten yang ditampilkan. Pertama memberikan kesempatan pembaca mengkonsumsi konten dari perspektif yang

berbeda dibanding media lain, seperti tampilan data dan grafik. Kedua interaksi ruang redaksi dan pembaca, hal ini terlihat dari konten-konten olahan yang diproses berdasarkan trend yang sedang diperbincangkan mulai dari media sosial maupun online. Ketiga umpan balik untuk berkontribusi dalam konten dan peningkatan trafik kunjungan, langkah yang dilakukan dengan menyebarkan konten di media sosial. Keempat, penggunaan teknologi canggih, Lokadata.ID yang notabene hadir karena adanya teknologi telah menggunakan teknologi otomatis untuk produksi konten, sehingga mengalami perubahan interaksi manusia dan robot.

“untuk wartawan tidak ada berubah, yang diperlukan hanya orang yang bisa dua sisi yah jurnalis dan robot”, (Sumber: wawancara, Rahadian 2020).

Kelima *datacollection* atau kumpulan untuk melihat data untuk melihat aktivitas digital. Lokadata.ID melakukan ini yang dapat dilihat dari konten-konten khusus untuk target tertentu, seperti konten harga saham, dan harga emas.

2.2.5.Keunggulan Artificial Intelligence Dalam Proses Jurnalistik di Lokadata.ID

Penggunaan AI dalam praktik jurnalistik memiliki berbagai keunggulan yang dapat membantu kerja jurnalis dalam memproduksi dan meningkatkan konten. Menurut Santosh Kumar Biswal and Nikhil Kumar Gouda (2020) dalam buku *Optimization in Machine Learning and Applications* menyebut AI memiliki keuntungan dalam menghadapi masalah jurnalistik kontemporer terutama berkaitan dengan proses analisis data dan sumber data. Keunggulan tersebut meliputi: Pertama, AI membantu jurnalis untuk memahami data dalam kondisi acak dan mampu membantu menganalisisnya, terlebih dengan kondisi informasi berlebih dan kurangnya kredibilitas data. AI mampu merubah mengubah kata-kata yang diucapkan menjadi teks, teks menjadi audio dan video. Jurnalis di Lokadata.ID sangat bergantung besar terhadap penggunaan AI yang

digunakan untuk memproduksi berita rutin dan membantu redaksi mendapatkan sumber informasi untuk mengisi berita pada rubrikasi Sorot Media. Keuntungan AI digunakan dalam mencari sumber berita dan analisis data. Ada keterbatasan dalam penerapannya di Lokadata.ID yang hanya dapat mengidentifikasi angka dan teks menjadi narasi berita, sedangkan untuk konten video dan gambar dilakukan secara manusia yang dikerjakan manusia.

“hanya angka dan teks, untuk gambar, itu tadi ada kebutuhan GPU, jadi belum kesana, termasuk video. Jadi gini videonya yang diambil captionnya subtitlnya kalau pun clear” Sumber: wawancara Atik Nugraha

Kedua, AI mampu meningkatkan kualitas dan akurasi berita dengan mengidentifikasi dan membongkar berita palsu, kemampuan mengecek fakta secara otomatis memberikan kemudahan jurnalis dalam mengecek sumber berita. Lokadata.ID memiliki standar akurasi yang diatas 90 persen untuk sebuah artikel yang akan dipublikasi. Proses ini mengalami berbagai pengujian yang telah dimodeling agar model serupa dapat diterapkan ke tema berita lain. Standar akurasi tersebut digunakan untuk menghadirkan berita yang berdasarkan kode etik jurnalistik. Ketiga, AI telah mempercepat proses penyuntingan berita. Praktis adanya AI di Lokadata.ID lebih memfokuskan jurnalis pada proses edit dan membangun narasi. Perbedaan mendasar terjadi pada berita rutin yang sepenuhnya otomatis mampu menghasilkan berita puluhan dalam sekali momen seperti beita prakiraan cuaca dalam sekali publikasi mampu 33 berita yang berbeda.

“sebanyak mungkin yang bisa, secara teknis tidak ada batasan. Batasannya yang ada adalah redaksi. Kalau untuk Lokadata yah, itu redaksi. Jangan sampai proposi tidak proposi lagi dibanding dengan konten-konten yang lain”. (Sumber: Wawancara Henki Prabancono)

Keempat, AI telah memfasilitasi agenda berita yang dipersonalisasi, yang berbeda dari rumah media yang lain. Karakteristik publikasi berita Lokadata.ID didominasi gambar visual dan grafik yang narasi berita lebih banyak pada penekanan angka. Isu yang diambil lebih pada persoalan ekonomi dan terkini dengan kemasana visual. Kelima, AI

telah mengambil pertahanan yang kuat terhadap manipulasi dan propaganda yang dapat membahayakan keamanan suatu negara. Konteks ini dalam Lokadata praktis digunakan untuk proses produksi yang lebih kepada melacak konten, kemudian digunakan untuk melihat perbedaan data seperti perdebatan chatting. Secara umum AI mampu memberikan keamanan mengenai konten-konten yang menimbulkan masalah keamanan seperti propaganda, perbedaan pendapat dan ancaman. Praktik ini pernah dilakukan pemerintah Indonesia dalam berbagai kasus seperti pesan propaganda mengenai Papua Barat, berita bohong dan melacak konten bermasalah lain.

Adapaun perbedaan proses berita dari AI dan Jurnalis terlihat dalam tabel dibawah.

Tabel 2.2: perbedaan proses AI dan Jurnalis

Indikator	AI di Lokadata.ID	Jurnalis di Lokadata.ID
Posisi dalam produksi	Mampu membantu jurnalis dalam proses dan menutupi kekurangan jurnalis di ruang redaksi	Memiliki fungsi utama dalam proses produksi
Perencanaan	Keuntungan AI perencanaan hanya dilakukan sekali selama program masih dapat digunakan. Kelemahan perencanaan program AI membutuhkan waktu berminggu-minggu dalam penyusunan model dan membutuhkan kerjasama redaksi dan teknologi	Keuntungan perencanaan tidak membutuhkan waktu lama dalam prosesnya dan kelemahan perencanaan dapat berubah-ubah melihat kondisi lapangan
Inovasi riset program	Membutuhkan biaya mahal untuk menguji algoritma dan alat yang mahal. Serta media menginvestasikan ke prangkat pendukung	Relatif untuk membiayai rencana liputan jurnalis dan membayar kerja jurnalis
Keterlibatan	Membutuhkan pengawasa redaksi dan	Hanya keterlibatan redaksi dalam prosesnya

	teknologi dalam prosesnya	
Keahlian	Mebutuhkan keahlian khusus memahami bahasa pemerograman dan jurnalisme	Hanya membutuhkan keahlian pada jurnalisme
Sistem Kerja	Terstruktur berdasarkan bahasa pemerograman	Flaksibel dan mengikuti perkembangan sumber informasi dengan kaidah jurnalistik
Durasi pengerjaan	Proses pencarian, mengumpulkan dan memproses dapat dilakukan dengan cepat. Kelemahan sangat bergantung dengan perangkat yang terhubung koneksi Internet. Jurnalis minim kontribusi	Proses pengerjaan untuk berita mendalam membutuhkan waktu pengumpulan informasi dan menuliskan. Namun memiliki keuntungan jurnalis memiliki kekuasaan penuh terhadap informasi
Sumber Informasi	Sumber resmi, sangat bergantung terhadap data yang tersedia secara online. Data harus <i>update</i> . Data dalam bentuk pdf dan teks huruf memungkinkan terjadi kesalahan membaca. Data yang terstruktur lebih cepat diproses.	Sumber resmi dan sumber pakar. Tidak bergantung sumber data online, dan struktur. sumber bisa didapat dari wawancara. Berbagai model data dapat dikerjakan
Akurasi	Memiliki standar akurasi yakni diatas 90 persen agar dapat dipublikasi	Tidak memiliki standar akurasi melainkan berpedoman pada kode etik
Objektivitas	Sumber data berasal dari situs resmi yang memiliki pertanggung jawaban	Memungkinkan data di <i>framing</i> berdasarkan kebutuhan media
<i>Output</i> berita	Dalam bentuk angka dan narasi sederhana	Didominasi kata dan dilengkapi data angka
Jumlah publikasi	Tidak ada batasan jumlah dan cenderung redaksi yang membatasi jumlah publikasi	Terbatas pada kemampuan jurnalis mempublikasi
Etika	Belum ada etika yang mengatur dari proses mengambil data, memproses dan mempublikasi.	Memiliki etika jurnalis dalam menuliskan berita

	Cenderung menggunakan etika jurnalis dalam perancangan	
--	--	--

Sumber: (Olahan penelitian, 2020)

2.3. *Brand Positioning* Lokadata.ID

Langkah Lokadata.ID sebagai pioner penerapan AI di Indonesia yang menjadikannya sebagai sebuah metode pemerosesan berita dan identitas media. Terlebih memfokuskan diri pada jurnalism data, menjadikan itu sebagai *Brand Positioning* yang membedakan Lokadata.ID dengan media lain. Jurnalisme dengan penggunaan AI atau lebih dikenal dengan pemerograman, jurnalisme robot dan jurnalisme otomatis memiliki tantangan yang ditandai dengan minimnya sumber daya manusia ahli terutama dari kalangan jurnalis, sumber data yang terbatas dan konsumsi konten hasil AI yang masih terbatas. Praktik jurnalis sekarang yang lebih dituntut menghasilkan berita yang kreatif dan cepat mempublikasi, sangat berbeda dengan yang dialami di Lokadata.ID.

Demi mendukung jurnalism berbasis data, mendorong jurnalis memahami bahasa pemerograman untuk menunjang kerja, sehingga membatasi aktivitasnya lebih banyak diruangan. Dalam mengatasi keterbatasan jurnalis memahami bahasa pemerograman, tim Teknologi di Lokadata.ID sebagai penanggung jawab AI, melalukan peran ganda. Peran pertama, menyediakan dan membangun basis program yang digunakan untuk oprasonal otomatis. Kedua, menjamin dan mengawasi proses berjalan dengan baik. peranya mirip seperti wartawan yang menuliskan berita kemudian menyerahkan ke editor. Perbedaan mendasar terletak pada wewenang bidang teknologi hanya mengawasi dan memasitkan AI berjalan dengan baik tanpa bisa merubah isi dari sebuah proses. AI memiliki peranan penting dalam menampilkan berita-berita rutin seperti sebuah laporan berita. hal tersebut sangat membantu redaksi yang terbatas pada SDM.

Langkah selanjutnya Lokadata.ID dalam membangun *brand positioning* yakni dengan fokus pada pemberitaan yang dimungkinkan data sebagai informasi utama. Penerapan jurnalisme data sangat efektif untuk peristiwa yang berkaitan dengan bisnis dan ekonomi. Peristiwa tersebut dapat dijelaskan menggunakan angka, seperti dalam rubikasi berita, isu seputar dunia industri, saham, harga pasar, dan olahraga menjadi fokus perhatian utama, meskipun terselip berita-berita hiburan seperti kartun, komik, cerpen dan video dalam publikasinya.

“Kalau lokadata sekarang lebih fokus dan bisnis ekonomi mas. Jadi kita akan lebih banyak bermain data disana dengan sektor itu. Politik juga mungkin masih, tapi porsi nya tidak akan besar dari dua sektor yang lain. Bandingannya itu yang sangat signifikan, setiap penggunaan data diarahkan keartikel yang memang ada porsi data disana.”. (Sumber: Wawancara, Henkie:2020)

Konsekuensi penerapan AI pada ruang redaksi berkaitan dengan biaya pengembangan dan alat yang digunakan cenderung mahal. Mahalnya alat AI diakui pihak Lokadata.ID dalam proses pengembangan konten-konten otomatis. Dampaknya konten yang ditampilkan cenderung membosankan. Karakter konten yang tidak memberikan analisis mendalam ditengarai biaya alat dan keterbatasan SDM. Lokadata.ID sendiri memperkerjakan enam orang dibagian redaksi untuk menyediakan konten dengan berbagai segmentasi. Keterbatasan ini berdampak pada jumlah dan variasi konten yang terbatas. Secara kuantitas AI mampu menghasilkan berita lebih banyak dibanding dengan manusia, sehingga mampu mengurangi beban biaya yang ditimbulkan dari SDM, namun secara kualitas jurnalisme konten AI memiliki banyak keterbatasan mulai dari kredibilitas dan kualitas, terutama berkaitan dengan kreatifitas membangun makna dalam setiap berita yang publikasi. Kemampuan memberikan makna ini menjadi ciri khas jurnalis mempengaruhi pembaca untuk melihat peristiwa. Daya kritis jurnalis dalam adanya dengan AI tidak menjadi persoalan utama, karena cara pandang melihat peristiwa berbeda. Bagi Lokadata.ID setiap peristiwa memiliki nilai ukur yang dapat dilihat dari angka.