

Opini Penyiar RRI Pekanbaru Tentang Penggunaan *Artificial Intelligence* dalam Produksi Konten Siaran Radio

Elvi Wilna Wati¹, Muhd Ar. Imam Riauan²

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau^{1,2}

Email Korespondensi: imamriauan@comm.uir.ac.id

Diterima: 22-04-2025 Disetujui: 25-05-2025 Diterbitkan: 12-06-2025

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi opini penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Pekanbaru terhadap penggunaan Fake Insights (AI) dalam proses produksi konten siaran radio. Fenomena integrasi teknologi AI dalam industri penyiaran menciptakan peluang efisiensi, namun juga menimbulkan tantangan dalam mempertahankan kreativitas dan keaslian konten. Studi ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan informasi berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap tiga penyiar RRI Pekanbaru yang terlibat aktif dalam produksi konten siaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para penyiar memiliki kepercayaan tinggi terhadap manfaat AI, seperti aplikasi ChatGPT untuk pencarian ide dan pembuatan naskah, serta Adobe Audition dan Adobe Podcast untuk pengeditan sound. Mereka mengakui bahwa AI meningkatkan efisiensi produksi konten dengan mengotomatiskan tugas-tugas teknis. Namun, tantangan muncul terkait hasil AI yang terkadang kaku dan kurang relevan, sehingga memerlukan penyesuaian manual untuk memastikan kesesuaian dengan gaya siaran dan kebutuhan audiens lokal. Dari sudut pandang nilai, para penyiar menghargai AI sebagai alat pendukung, tetapi menekankan pentingnya menjaga etika penyiaran dan kreativitas manusia agar konten tetap unik dan autentik. Penelitian ini menyimpulkan bahwa meskipun AI memberikan manfaat signifikan dalam efisiensi produksi siaran, penggunaannya perlu diseimbangkan dengan kreativitas dan nilai-nilai profesionalisme dalam penyiaran. Implikasi dari penelitian ini adalah perlunya kebijakan institusional yang mendukung integrasi AI secara strategis dan etis, serta penyediaan pelatihan teknis bagi penyiar.

Kata Kunci: Opini Penyiar, Produksi Konten, Radio Republik Indonesia, ChatGPT, Adobe Podcast.

Abstract

The purpose of this research is to explore the opinions of broadcasters from Radio Republik Indonesia (RRI) Pekanbaru regarding the use of Fake Insights (AI) in the radio content production process. The phenomenon of integrating AI

technology into the broadcasting industry creates opportunities for efficiency, but also poses challenges in maintaining creativity and the authenticity of content. This study employs a descriptive qualitative method, utilizing data collection techniques such as in-depth interviews, observations, and documentation involving three RRI Pekanbaru broadcasters who are actively engaged in content production. The research findings indicate that broadcasters have a high level of confidence in the benefits of AI, such as the use of ChatGPT for idea generation and scriptwriting, as well as Adobe Audition and Adobe Podcast for sound editing. They acknowledge that AI enhances content production efficiency by automating technical tasks. However, challenges arise concerning the sometimes rigid and less relevant outcomes produced by AI, necessitating manual adjustments to ensure alignment with broadcasting style and the needs of the local audience. This research concludes that although AI provides significant benefits in broadcasting production efficiency, its use needs to be balanced with creativity and the values of professionalism in broadcasting. The implications of this study highlight the necessity for institutional policies that strategically and ethically support the integration of AI, along with the provision of technical training for broadcasters.

Keywords: *Broadcasters' Opinions, Content Production, Radio Republik Indonesia, ChatGPT, Adobe Podcast*

PENDAHULUAN

Di era digital yang semakin berkembang, media penyiaran, termasuk radio, menghadapi tantangan untuk beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Dengan meningkatnya penggunaan teknologi informasi, radio harus menemukan cara untuk tetap relevan dan menarik perhatian pendengar. Menurut Vidyarti et al. (2023), radio sebagai media massa yang bersifat audio harus mampu bersaing dengan media lain, seperti televisi dan platform digital. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa pada tahun 1995, 94% penduduk Indonesia aktif mendengarkan radio, tetapi angka ini terus menurun seiring dengan munculnya berbagai media baru (UNAIS, 2019).

RRI Pekanbaru, sebagai bagian dari Lembaga Penyiaran Publik (LPP), memiliki peran penting dalam menyediakan informasi yang netral dan edukatif bagi masyarakat. RRI memiliki program-program yang beragam, seperti Programa 1 yang fokus pada informasi masyarakat, Programa 2 yang menargetkan anak muda, dan Programa 3 yang menyajikan berita nasional. Dalam konteks ini, penggunaan Artificial Intelligence (AI) dalam produksi konten siaran menjadi topik yang menarik untuk diteliti. AI dapat membantu penyiar dalam mencari ide, menulis naskah, dan mengedit audio, sehingga meningkatkan efisiensi dan kualitas siaran (Huang et al., 2020).

Penggunaan AI dalam produksi konten siaran radio, seperti yang dilakukan di RRI Pekanbaru, memunculkan berbagai opini di kalangan penyiar. Beberapa penyiar merasa bahwa AI dapat meningkatkan

produktivitas dan kreativitas, sementara yang lain khawatir tentang dampaknya terhadap keaslian dan kreativitas manusia. Hal ini mengarah pada pertanyaan penelitian mengenai bagaimana opini penyiar RRI Pekanbaru terhadap penggunaan AI dalam proses produksi konten siaran radio.

KERANGKA TEORI

Komunikasi

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk memengaruhi pengetahuan atau perilaku seseorang. Dari pengertian komunikasi yang sederhana ini, maka bisa dikatakan bahwa suatu proses komunikasi tidak akan bisa berlangsung tanpa dukungan oleh unsur-unsur, pengirim (source), pesan (message), saluran/media (channel), penerima (receiver), dan akibat/pengaruh (effect). Unsur-unsur tersebut bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi (Cangara, 2014).

Banyaknya pengertian komunikasi menyebabkan beragam pengertian komunikasi tersebut. Menurut Everett M. Rogers komunikasi adalah proses dimana suatu ide yang dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka (Wahyudin, 2021). Menurut Rogers bersama D. Lawrence Kincaid (Cangara, 2014) mendefinisikan komunikasi merupakan suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba saling pengertian yang mendalam. Hovland mendefinisikan komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas azas-azas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap (Hovland, 2010).

Selain itu dengan komunikasi yang baik, hubungan antarmanusia dapat dipelihara kelangsungannya. Sebab, melalui komunikasi dengan sesama manusia kita bisa memperbanyak sahabat, memperbanyak rezeki, memperbanyak dan memelihara pelanggan (customers), dan juga memelihara hubungan baik antara bawahan dan atasan dalam suatu organisasi. Pendek kata komunikasi berfungsi menjembatani hubungan antarmanusia dalam bermasyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memahami secara mendalam opini penyiar terkait penggunaan kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) dalam proses produksi siaran. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali makna, persepsi, serta pengalaman subjektif informan dalam konteks yang alami dan tidak terkontrol. Metode kualitatif memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang

komprehensif terhadap fenomena yang diteliti, khususnya terkait bagaimana teknologi AI dipersepsikan, dimanfaatkan, serta mempengaruhi praktik kerja penyiar dalam industri penyiaran (Creswell, 2014).

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik wawancara semi-terstruktur, yang memberikan fleksibilitas kepada peneliti untuk mengeksplorasi jawaban informan secara lebih mendalam, sekaligus tetap berpedoman pada panduan pertanyaan yang telah disusun. Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi mengenai pengalaman, sikap, serta pandangan penyiar terhadap penggunaan AI dalam produksi siaran, termasuk manfaat, tantangan, dan implikasinya terhadap kualitas siaran.

Informan dalam penelitian ini berjumlah lima orang penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) yang berada di Pekanbaru. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, seperti keterlibatan langsung dalam proses produksi siaran dan pengalaman dalam menggunakan atau berinteraksi dengan teknologi berbasis AI. Dengan demikian, informan yang dipilih dianggap mampu memberikan informasi yang kredibel dan mendalam terkait fenomena yang diteliti.

Proses analisis data dilakukan secara kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data hasil wawancara ditranskripsi, kemudian dikategorikan berdasarkan tema-tema yang muncul, seperti persepsi terhadap AI, tingkat pemanfaatan, serta dampaknya terhadap pekerjaan penyiar. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif untuk memudahkan interpretasi dan penarikan makna.

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan teknik, serta melakukan konfirmasi ulang kepada informan (member checking) guna memastikan kesesuaian antara data yang diperoleh dengan maksud yang disampaikan oleh informan. Dengan pendekatan ini, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang valid dan mendalam mengenai dinamika penggunaan AI dalam produksi siaran radio.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa opini penyiar terhadap penggunaan AI dalam produksi konten siaran radio dipengaruhi oleh kepercayaan, nilai, dan pengharapan. Ketiga aspek ini mencerminkan kerangka teori pembentukan opini (Lubis, 2018), di mana pengalaman, pengetahuan, dan kebutuhan penyiar menjadi faktor utama dalam penilaian mereka terhadap AI.

Kepercayaan terhadap AI

Penyiar menunjukkan tingkat kepercayaan tinggi terhadap AI sebagai alat bantu dalam meningkatkan efisiensi produksi. Teknologi seperti ChatGPT dan Adobe Audition dianggap mampu mempercepat proses kerja, seperti pencarian ide, pengeditan audio, dan penyesuaian kualitas suara. Responden mengapresiasi kemampuan AI dalam menyederhanakan tugas teknis, namun menekankan bahwa pengawasan manusia tetap diperlukan untuk menjaga kualitas, relevansi, dan orisinalitas konten.

Nilai dalam Penggunaan AI

Nilai yang dipegang penyiar berfokus pada estetika dan etika siaran. Para penyiar memadukan hasil kerja AI dengan kreativitas manusia untuk menghasilkan konten yang menarik dan sesuai dengan audiens. Etika menjadi perhatian utama, di mana hasil kerja AI dimodifikasi untuk menghindari plagiarisme dan mematuhi kode etik penyiaran. Hal ini mencerminkan komitmen terhadap kualitas dan tanggung jawab dalam produksi konten.

Pengharapan terhadap AI

Penyiar berharap AI terus berkembang dalam mendukung efisiensi, relevansi, dan kreativitas siaran. Mereka menginginkan AI yang lebih akurat dan fleksibel untuk mengoptimalkan proses produksi, namun tetap menekankan pentingnya sentuhan manusia untuk menjaga elemen personal dan inovatif dalam siaran.

Secara keseluruhan, penyiar menghargai manfaat AI dalam mendukung efisiensi dan kualitas produksi, tetapi tetap mengakui bahwa kreativitas dan intuisi manusia adalah elemen tak tergantikan dalam industri penyiaran. Kolaborasi antara teknologi dan peran manusia menjadi kunci keberhasilan integrasi AI dalam produksi siaran.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Artificial Intelligence (AI) memiliki potensi besar dalam meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi siaran radio di RRI Pekanbaru. Meskipun demikian, keberhasilan pemanfaatannya bergantung pada kemampuan penyiar untuk mengintegrasikan teknologi ini secara bijak, sambil menjaga kreativitas dan orisinalitas konten.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa AI dianggap sebagai alat bantu yang bermanfaat dalam pengeditan audio, pencarian ide, dan penyusunan konten. Namun, mereka menekankan perlunya kontrol manusia untuk menjaga kualitas dan kreativitas. Penyiar berkomitmen menjaga estetika dan etika siaran dengan menggabungkan hasil AI dan kreativitas mereka sendiri. Pendekatan ini bertujuan untuk menghasilkan konten yang unik dan relevan, sambil menghindari plagiarisme.

Penyiar berharap AI terus berkembang untuk meningkatkan efisiensi dan relevansi siaran. Namun, mereka sepakat bahwa sentuhan manusia tetap diperlukan untuk inovasi dan improvisasi, sehingga konten tetap menarik dan sesuai dengan standar etika.

Secara keseluruhan, integrasi AI dengan kreativitas manusia menjadi kunci untuk mencapai hasil optimal dalam produksi siaran radio. Penggunaan AI yang efektif membutuhkan pelatihan, panduan teknis, dan regulasi yang jelas, sehingga teknologi ini dapat menjadi alat pendukung tanpa menggantikan peran manusia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Fattah Nasution, M. P. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Amalia, S., Karomatan, T., & Ridwan, W. I. (2023). Pengaruh Penggunaan Chat Gpt Sebagai Content Creation Dalam Membangun Persepsi Konsumen Terhadap Strategi Pemasaran Umkm. *Jurnal Ilmiah Publika*, 11(2), 525.
- artawijaya. (2015). *Pengertian Adobe Audition*. 13–35. <https://www.rianfartawijaya.com/2015/02/pengertian-adobe-audition-cs-6.html>
- Atika, J., Minawati, R., & Waspada, A. E. B. (2018). Iklan Layanan Masyarakat Peduli Sampah. *PROPORSI: Jurnal Desain, Multimedia Dan Industri Kreatif*, 3(2), 188–197. <https://doi.org/10.22303/proporsi.3.2.2018.188-197>
- Bogor, R. R. I., Rizlan, A., Miqdar, S., Aulia, P., & Ningrum, N. (2024). *Pemberitaan Di Radio Republik Indonesia*. 2(1).
- Cangara, H. (2014). Pengantar Ilmu Komunikasi (Edisi Kedua). In *Jakarta: PT Rajagrafindo Persada*.
- Fauzi, F., Tuhuteru, L., Sampe, F., Ausat, A. M. A., & Hatta, H. R. (2023). Analysing the Role of ChatGPT in Improving Student Productivity in Higher Education. *Journal on Education*, 5(4), 14886–14891. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i4.2563>
- Handoyo, E. R., Handoyo, E. R., Sugiarto, J., Lolo, A., & Chai, K. (2023). Identifikasi Pengaruh Penggunaan ChatGPT terhadap Kemampuan Berfikir Mahasiswa di Universitas Atma Jaya Yogyakarta Prodi Sistem Informasi Angkatan 2021. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, 3(2), 342–352. <https://doi.org/10.24002/konstelasi.v3i2.7241>
- Hill-Yardin, E. L., Hutchinson, M. R., Laycock, R., & Spencer, S. J. (2023). A Chat(GPT) about the future of scientific publishing. *Brain, Behavior, and Immunity*, 110(March), 152–154. <https://doi.org/10.1016/j.bbi.2023.02.022>

- Hovland. (2010). Media Pembelajaran Dan Sumber Belajar. In *Proses Komunikasi* (Vol. 62, Issue proses komunikasi).
- Huang, M., Yang, D. R., Zhu, D., Yang, M. X., & Yang, J. J. (2020). FM Broadcast Monitoring Using Artificial Intelligence. *Radio Science*, 55(4), 2–7. <https://doi.org/10.1029/2019RS006885>
- Ilahiyah, S., & Nilogiri, A. (2018). Implementasi Deep Learning Pada Identifikasi Jenis Tumbuhan Berdasarkan Citra Daun Menggunakan Convolutional Neural Network. *JUSTINDO (Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi Indonesia)*, 3(2), 49–56.
- Indrawan, J., Nathanael, G. K., Ilmar, A., M. Chairil Akbar, & Lutfi, A. P. K. (2021). Sosialisasi Dampak Opini Publik Yang Dihasilkan Media Massa Terhadap Tenaga Pengajar Paud Srikandi, Lubang Buaya, Jakarta Timur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 44–50. <http://ejournal.pskp.or.id/index.php/jpm/article/view/12/14>
- Indrawan, R. M. J. (2017). Dampak Komunikasi Politik Dan Opini Publik Terhadap Perilaku Masyarakat. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 171. <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i2.14>
- Jelita Mimi, Ramadhan Lucky, Pratama Riski Andy, Yusri Fadhilla, Y. L. (2023). Jurnal Pendidikan dan Konseling. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5, 404–411.
- Kustiawan, W., Siregar, F. K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Gaja, F. Z., Pakpahan, N. S., & Hayati, N. (2022). Komunikasi Massa. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 134. <https://doi.org/10.30829/jai.v11i1.11923>
- Lubis, F. H. (2018). Opini Mahasiswa Kota Medan Terhadap Iklan Politik Calon Gubernur Dan Wakil Gubernur Sumatera Utara Tahun 2018. *Jurnal Interaksi*, 2(2), 145–156. file:///C:/Users/ASUS/Downloads/2093-3491-1-PB.pdf
- Martha, Z., & Flowerina, I. (2019). Proses Produksi Siaran Program Berita Pada Media. *Menara Ilmu*, XIII(7), 131–137. <https://jurnal.umsb.ac.id/index.php/menarailmu/article/view/1507>
- Nuraini, R. (2024). *JCOMMSCI-Journal Of Media And Communication Science Respons Khalayak pada Penerapan Artificial Intelligence dalam Industri Komunikasi: Studi Kasus Presenter Buatan oleh tvOne*. 7(1), 34–48. <https://doi.org/10.1080/019722409032.34>
- Panjaitan, A. C. D., & Effendi, T. (2019). Simposium Hukum Indonesia. *Simposium Hukum Indonesia*, 1(1), 574–586. <http://journal.trunojoyo.ac.id/shi>
- Putra, I. C., & Yusri, S. (2020). Pengaruh Motivasi Kerja, Kepemimpinan Transaksional Dan Kepemimpinan Transformasional Terhadap Kinerja Karyawan Lpp Rri Pekanbaru. *Jurnal Al-Iqtishad*, 16(1), 68. <https://doi.org/10.24014/jiq.v16i1.9747>

- Riyanto, A., Triyana, L., & Nirmala, A. (2020). Analisis Bahasa Gaul Penyiar Radio Anita FM Tegal Dan Implikasinya Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA Kurniawan Budi Riyanto , Leli Triana , Afsun Aulia Nirmala. *Jurnal Inovasi Pembelajaran Karakter (JIPK)*, 5(2), 1–8.
- Rohmadi, M. (2004). Karakteristik Bahasa Penyiar Radio Jpi Fm Solo. *Humaniora*, 16(2), 211–222.
- Salmi, J., Setiyanti, A. A., Satya Wacana, K., Universitas, D., Satya, K., & Abstract, W. (2023). Persepsi Mahasiswa Terhadap Penggunaan Chatgpt di Era Pendidikan 4.0. In *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Oktober (Vol. 9, Issue 19, pp. 399–406). <https://doi.org/10.5281/zenodo.8403233>
- Sugiarto. (2016). 4(1), 1–23.
- Supriyadi, E. (2022). Eksplorasi Penggunaan ChatGPT dalam Penulisan Artikel Pendidikan Matematika. *Papanda Journal of Mathematics and Science Research*, 1(2), 54–68. <https://doi.org/10.56916/pjmsr.v1i2.255>
- UNAIS, U. (2019). “ Radio Melintasi Zaman” oleh M. Faried Cahyono (editor) tahun 2013 menyatakan bahwa radio di masa orde baru hanya menjadi corong pemerintah, alat propaganda, dan instrumen kekuasaan dalam memanipulasi kesadaran publik. 1. 1–25.
- Vidyarti, A., Endah, E., Ahmad, F., & Suprihanto, J. (2023). Analisis Strategi Manajemen Dengan Metode SWOT Pada Radio Republik Indonesia Yogyakarta. *Jurnalku*, 3(1), 71–89. <https://doi.org/10.54957/jurnalku.v3i1.32>
- Wahyudin, W. (2021). Apendisitis dalam Mengurangi Kecemasan *Therapeutic Communication Of Pre Operation Appendicitis Patients in Reducing Anxiety*. 13(2), 1–10. <https://doi.org/10.20884/1.Mandala.2021.13.2.8205>.