



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 4 Tahun 2024 Page 285-294

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Kompetensi Baru Jurnalisme Online di Era Disrupsi Artificial Intelligence di Jabar.viva.co.id

Feri Johansah^{1✉}, Ilham Setyawan², Arrum Dara Efda³, Deny Febrian⁴, Izzaty Zephaniah⁵,
Sandra Olifia⁶

Universitas Insan Cita Indonesia

Email: ferijohansah@uici.ac.id^{1✉}

Abstrak

Lahirnya *artificial intelligence* (AI), memberikan dampak yang signifikan di berbagai sektor, termasuk industri media. Media menjadi salah satu sektor yang mengalami transformasi besar-besaran akibat integrasi teknologi AI. Dalam konteks ini, jurnalis sebagai pemain utama dalam industri media menghadapi tantangan baru dalam mengadaptasi diri dengan perubahan ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, bagaimana kompetensi baru yang harus dimiliki seorang jurnalis *online* di media jabar.viva.co.id di era disrupsi *artificial intelligent*. Metode yang digunakan penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Proses pengumpulan data dengan cara wawancara via *online* dengan metode purposive dan *snowball*, dan kajian literatur. Adapun informan penelitian ini yakni pimpinan redaksi, jurnalis jabar.viva.co.id. Hasil penelitian ini mengungkap ada kompetensi baru yang diterapkan jabar.viva.co.id terkait *distrupsi artificial intelligent* yakni kompetensi analisis data, kompetensi pengelolaan media sosial dan kompetensi sebagai konten kreator. Selain itu, guna melahirkan berita yang akurat jabar.viva.co.id menerapkan tiga tahapan di antaranya, *mapping issue*, kontrol konten dan respon.

Kata Kunci: *Kompetensi, Jurnalisme Online, Artificial Intelligence*

Abstract

The birth of artificial intelligence (AI) has had a significant impact on various sectors, including the media industry. Media is one of the sectors that has undergone massive transformation due to the integration of AI technology. In this context, journalists as the main players in the media industry face new challenges in adapting to these changes. This research aims to find out, how the new competencies that must be possessed by an online journalist in the media jabar.viva.co.id in the era of artificial intelligent disruption. The method used in this research is descriptive qualitative. The process of collecting data by means of interviews via online with purposive and snowball methods, literature review and literature. The informants of this research are the editor-in-chief, journalists jabar.viva.co.id. The results of this study reveal that there are new competencies applied by jabar.viva.co.id related to artificial intelligent disruption, namely data analysis competencies, social media management competencies and competencies as content creators. In addition, in order to produce accurate news, jabar.viva.co.id applies three stages including mapping issues, content control and respons.

Keywords: *Competency, Online Journalism, Artificial Intelligence*

PENDAHULUAN

Di era disrupsi kecerdasan buatan atau *artificial intelligence* (AI), merupakan dampak dari pesatnya kemajuan teknologi yang mampu memberikan kontribusi di berbagai sektor, termasuk industri media. Media menjadi salah satu sektor yang mengalami transformasi besar-besaran akibat integrasi teknologi AI. Dalam konteks ini, jurnalis sebagai pemain utama dalam industri media menghadapi tantangan baru dalam mengadaptasi diri dengan perubahan ini.

Perubahan teknologi yang pesat, seperti penggunaan algoritma AI untuk menghasilkan dan menyebarkan berita, telah memberikan dampak besar terhadap peran tradisional jurnalis. Berita yang dibuat oleh AI dapat membantu tugas seorang jurnalis lebih efisien dalam hal waktu dan biaya, namun seringkali kurang memiliki aspek keberpihakan dan kreativitas manusia. Jurnalis di era AI perlu memiliki pemahaman mendalam tentang teknologi AI, termasuk bagaimana algoritma bekerja, dan dampaknya terhadap proses pembuatan dan penyebaran berita.

Sebagian besar aktivitas jurnalistik yang bergantung pada pembangunan hubungan personal dengan para pemangku kepentingan. Namun informasi dari pemangku kepentingan tidak akan kita dapatkan dari AI. Ketika AI mampu membuat pesan, mengeditnya menjadi informasi dari persepsi publik tentu tidak akan seotentik karya yang dihasilkan manusia (Scott et al., 2018).

Adanya AI tentu dapat memberikan dampak nilai positif bagi jurnalistik. Misalnya, dalam membuat pesan teks atau berita, AI dilengkapi fitur untuk membuat kepala berita, tubuh berita, dan ekor berita. Bahkan teknologi AI, dengan algoritma *machine learning* yang didukung oleh data yang valid, mampu mengelola promosi melalui media sosial dan meningkatkan interaksi antara merek dan audiens di platform tersebut (Lynch, 2022).

Selain itu, teknologi AI mampu menjelaskan detail perintah yang diinginkan seorang jurnalis mulai dari topik berita dan petunjuk informasi yang harus dilengkapi seorang jurnalis, sehingga dapat memberikan analisis mengenai sentimen dari liputan media, kemudian memberikan peringatan saat isu terbaru muncul, sehingga jurnalis profesional dapat merespons dengan cepat. Bahkan hasil penelitian yang dilakukan (Buhmann & Gregory, 2023) menyebutkan, kemampuan berpikir kritis manusia mampu digantikan dengan teknologi AI, sehingga bagi seorang jurnalis, diperlukan adanya pengembangan kompetensi baru seperti riset dasar, konten kreatif, evaluasi program, manajemen isu, dan proses kerja. Selain itu, kreativitas juga menjadi kunci, dimana jenis pemikiran ini tidak dapat digantikan oleh mesin, terutama dalam menyampaikan nada suara atau pesan komunikasi tertulis, serta dalam melakukan kegiatan jurnalistik lainnya seperti fotografi, perekaman video, dan sebagainya.

Sudah banyak fakta bahwa sebagian peran manusia sudah digantikan dengan teknologi. Menurut laporan dari Goldman Sachs dalam (Dobrescu & Dobrescu, 2018), Saat ini, terdapat lebih dari 300 juta pekerjaan penuh waktu di seluruh dunia yang berpotensi digantikan oleh perangkat AI generatif, mengakibatkan pergeseran dalam pasar tenaga kerja. Salah satu bukti nyata hilangnya pekerjaan manusia yakni dalam bidang teknologi seperti pengembang perangkat lunak, pengembang web, pemrogram komputer, dan analisis data. Pekerjaan-pekerjaan ini memiliki risiko tertinggi digantikan oleh AI, karena kemampuan AI seperti ChatGPT dalam melakukan perhitungan dengan tingkat akurasi yang tinggi dan efisiensi dalam penyelesaian tugas dengan jumlah sumber daya yang lebih sedikit.

Lahirnya AI yang memiliki kemampuan unik ini menjadi kajian mendalam dalam dunia jurnalisme. Namun dibalik itu semua seorang jurnalis setidaknya harus mampu memahami dan belajar meningkatkan kompetensi baru dalam menggunakan AI. Seperti yang dikatakan (Gourley, 2023), AI sangat menarik bukan dilihat dari kemampuannya meniru kecerdasan manusia, namun karena mampu melihat dunia secara berbeda-beda, AI mampu mengidentifikasi dan memproses pesan, pola dalam volume big data.

Adanya AI, profesional jurnalis bisa membuat artikel dengan instan dan mampu menyebarkannya secara cepat. Riset dari World Economic Forum (WEF) dalam laporannya bertema future of jobs menyebutkan, setidaknya 23% pekerjaan di dunia terdisrupsi oleh adanya perkembangan kecerdasan buatan atau *Artificial intelligent* (World Economic Forum, 2023). Salah satunya bidang industri media periklanan, penulisan dan jurnaslitik. Dalam hal pembuatan teks, survei yang dilakukan Statista Market Insight menyebut ada sembilan *tools* AI yang paling banyak digunakan dalam pembuatan teks (AI text generation tool), peringkat pertama yakni ChatGPT dengan pangsa pasar 19,7% pada 2022. Survei ini melibatkan pasar pengguna AI di Amerika Serikat (AS), Inggris, dan Jerman. (katadata.co.id, 2023).

Kemudian disusul Jasper Chat yang diluncurkan pada Desember tahun 2022 ini tingkat penggunaannya mencapai 13,14%. Lalu ada YouChat di posisi ketiga dengan tingkat penggunaan mencapai 12,13%, disusul DeepL website penerjemah mencapai 12,1%. Dengan adanya teknologi AI, muncul berbagai pandangan tentang masa depan profesi jurnalistik dan pentingnya peran manusia dalam kontrol informasi yang beredar.

Dari survey di atas tentu belum bisa mengungkapkan bagaimana masa depan profesi jurnalistik di masa yang akan datang, apalagi dengan budaya dan teknik jurnalistik yang perlu menggunakan kecerdasan manusia seperti investigasi mencari fakta di lapangan menjadi gambaran dan harapan bahwa profesi jurnalistik tidak akan mati. Tentu jurnalistik yang mampu bertahan di disrupsi AI saat ini adalah jurnalis yang mampu beradaptasi dan memanfaatkan teknologi sebagai *tools* atau membantu pekerjaan jurnalistik. Salah satu media yang menjadi objek kajian adalah jabar.viva.co.id, yang merupakan platform berita daring yang aktif di era ini. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengeksplorasi kompetensi baru yang dibutuhkan oleh jurnalis di era disrupsi AI, dengan fokus pada studi kasus di jabar.viva.co.id.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang mengangkat bagaimana kompetensi baru jurnalistik online di era disrupsi *artificial intelligence* ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Dengan objek penelitian adalah jurnalis dan pimpinan redaksi jabar.viva.co.id serta praktisi media dan wartawan yang tergabung dalam Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) Jawa Barat. Proses pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara via *online* dengan metode *purposive* dan *snowball*. Selain itu, untuk memperkaya data, peneliti melakukan kajian Pustaka pada hasil riset terdahulu dan buku-buku yang terkait dengan fokus penelitian.

Wawancara mendalam ditujukan untuk mendapatkan pengetahuan tentang pemahaman tentang AI, mengetahui manfaat AI dalam bidang jurnalistik, mencari tahu apakah bidang jurnalistik dapat digantikan dengan teknologi AI dan apakah manusia masih dibutuhkan dalam bidang jurnalistik. Untuk menjawab pertanyaan tersebut, dibutuhkan wawancara pada praktisi media, pengelola media dan jurnalis jabar.viva.co.id.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan AI dalam Etika Jurnalistik dan Hukum Pers

Etika dan hukum pers selalu menjadi norma terdepan yang harus diterapkan seorang jurnalistik atau wartawan. Hal ini sudah diatur oleh Dewan Pers bahwa setiap insan pers harus bisa menjaga kode etik profesi sebagai seorang jurnalistik. Disisi lain berbicara hukum pers, jurnalistik juga harus mampu memahami hukum perundang-undangan yang berlaku, seperti UU ITE yang bisa saja menjerat jurnalistik.

Menurut (Muslimin, 2023) wartawan dalam melaksanakan tugasnya ada kode etik yang harus dilakukan. Kode etik ini ada karena untuk mengatur segala aktivitas jurnalis dan media, sehingga pengelolaan media sesuai dengan ketentuan negara dan tidak ada yang menyalahgunakan media tersebut untuk kepentingan individu maupun kelompok.

Salah satu faktor penentu baik buruknya kualitas berita ditentukan apakah seorang jurnalistik menerapkan kode etik atau tidak. Berdasarkan hasil wawancara kepada Pimpinan redaksi jabar.viva.co.id, setidaknya ada beberapa hal yang diterapkan guna menjaga jurnalisnya tetap menerapkan kode etik jurnalistik. *Pertama, Mapping Issue*, setiap jurnalis diberikan bidang pemberitaannya masing-masing sesuai dengan rapat redaksi yang menggunakan aplikasi Whatapps grup. Hal ini berguna untuk memberikan informasi terkait isu terhangat yang menjadi pembicaraan masyarakat.

"Setiap pagi kita selalu ada diskusi digrup, kita selalu mapping isu dan pembagian tugas. Sebelum menulis, jurnalis kita selalu kita arahkan untuk membuat konten yang sedang viral atau trending".

Kedua, Control Conten, konten atau tulisan sebelum diterbitkan dalam jurnalistik professional harus melalui control atau pengawasan. Hal ini berguna untuk memberikan informasi yang tepat sesuai dengan data dan fakta. Biasanya, dalam perusahaan jurnalistik, *control conten* dilakukan oleh orang yang sudah memiliki pengalaman panjang di dunia jurnalistik, seperti redaktur atau editor.

"Sebelum terbiut kita selalu baca dulu, pertama takut typo, kesalahan penulisan nama, lokasi dan tempat, karena hal itu sangat fatal".

Ketiga, Respon, guna menerapkan standar jurnalistik yang sesuai dengan kode etik jurnalistik, tentu respon adalah hal yang sangat berguna bagi perusahaan pers. Cara ini dipakau guna melihat bagaimana tanggapan masyarakat tentang pemberitaan yang sudah ditayangkan.

"Kalau pemberitaannya berupa profil tentu kita selalu meminta respon, respon ini sebagai saran untuk perbaikan kepada kita".

Penerapan AI dalam Penyusunan, Penyuntingan dan Bahasa Berita di jabar.viva.co.id

Berita merupakan informasi yang sangat berguna bagi masyarakat, karena terdapat pengetahuan baik berupa tentang peristiwa, kesehatan, politik, ekonomi dan pendidikan. Menurut Nasution dalam (Rani, 2013), berita merupakan laporan tentang peristiwa-peristiwa terkini yang ingin diketahui oleh publik, berlangsung di lingkungan pembaca, berkaitan dengan tokoh-tokoh terkemuka, dan dampaknya berpengaruh pada pembaca.

Perkembangan teknologi yang sangat pesat melahirkan berbagai alat bantu atau *Artificial Inteligent* (AI). Di dunia penulisan atau jurnalistik ada AI yang bisa digunakan untuk membuat produk jurnalistik atau yang bernama berita. Tiga diantara AI tersebut yakni ChatGPT, Smodin. Phind. Menurut penelitian (Tomlinson et al., 2023) penggunaan alat bantu penulisan berbantuan AI dalam konteks ilmiah termasuk dalam penggunaan wajar dan tidak melanggar hak cipta. Karena AI kemungkinan akan semakin berkembang di tahun-tahun mendatang, maka sudah selayaknya dan kemungkinan besar tidak dapat dihindari-untuk memulai proses pengintegrasian AI secara etis ke dalam kegiatan penulisan berita. Berdasarkan hasil wawancara kepada jurnalis di jabar.viva.co.id, penggunaan AI dalam penyusunan, penyuntingan dan bahasa berita pernah dilakukan, namun hal itu tidak selalu menjadi acuan.

"Pernah menggunakan AI (ChatGPT) tapi tidak sesuai ya menurut saya, cuma kalau untuk membuat redaksi awal cukup membantu, itu juga kalau lagi terdesak seperti diluar, pengen cepat terbit. Tapi tetap harus diedit lagi tidak bisa ditelan langsung."

Faktor utama jarang menggunakan AI dalam penyusunan, penyuntingan dan bahasa berita karena keakurataan bahasa. Bahasa yang diciptakan AI tidak mudah dipahami, sementara bahasa jurnalistik lebih ringkas dan padat langsung mengarah pada inti persoalan. Bahasa jurnalistik, juga dikenal sebagai bahasa komunikasi massa, merujuk pada bahasa yang digunakan dalam berkomunikasi melalui media massa, baik dalam bentuk lisan (radio dan TV) maupun tulisan (media cetak dan *online*), dengan ciri khas singkat, padat, sederhana, jelas, lugas, dan mudah dipahami.

Selain itu bahasa jurnaslitik memiliki ciri khusus yakni langsung berbicara pokok persoalan atau inti permasalahan, tidak konotatif, tidak berlebihan, dan tanpa basa-basi. Hal ini diperkuat oleh Rosihan Anwar dalam (Aby, 2023), bahasa jurnalistik merupakan bahasa yang harus dikuasai seorang jurnalis yang memiliki karakteristik khusus yakni padat, sederhana, lugas dan menarik serta tidak membuat bosan pembaca.

Kompetensi Baru Jurnalistik di Era Distrupsi AI

Seorang jurnalistik harus memiliki kemampuan serba bisa, bisa menulis, bisa mengambil foto dan mudah menerapkan teknologi yang sedang berkembang saat ini, salah satunya *Artificial Inteligent*. Dari hasil wawancara setidaknya ada tiga kompetensi baru yang harus diterapkan, diantaranya kompetensi analisis data, pengelolaan media sosial, *conten creator*.

Analisis Data

Analisis data merupakan kemampuan menganalisis dengan berbagai metode, menerapkan teknik analisis, *measurement*, data statistik, evaluasi dan pembuatan berita, untuk menyajikan informasi yang menarik, serta mengelola kepercayaan pembaca. Terdapat tiga kategori analisis data yaitu yang paling dasar dalam dunia jurnalistik yaitu: analisis deskriptif, analisis prediktif dan yang ketiga analisis preskriptif. Ketiga analisis ini merupakan cara untuk menganalisis informasi yang kemudian disajikan dalam bentuk narasi teks dan menjadi berita.

Pertama, analisis deskriptif, hasil analisis deskriptif dalam jurnalistik adalah analisa terhadap hasil wawancara dengan narasumber. Hasilnya bisa berupa rekaman atau pesan teks dari. Di sini tugas jurnalistik untuk menganalisa hasil wawancara dengan cermat, sehingga mendapatkan isi yang menarik untuk diangkat menjadi tulisan. Dalam konteks jabar.viva.co.id, setidaknya pernah menerapkan alat bantu AI berupa ChatGPT untuk mengelola hasil wawancara menjadi sebuah berita. Kemampuan AI mengelola pesan teks ini sangat membantu jurnalis dalam menyajikan berita serta menganalisis hasil wawancara.

"AI diterapkan pernah, contohnya ChatGPT, sebagai alat analisis saja untuk memudahkan menganalisis hasil wawancara".

ChatGPT memiliki fungsi membalas pertanyaan berbagai ujian, menjawab tugas pekerjaan rumah, membuat draf esai akademik, dan membuat kontrak secara otomatis Zhai dalam (Maulana et al., 2023). Penggunaan AI ini tidak semerta-merta dapat diterapkan di dunia jurnalistik. Penggunaanya harus memberikan perintah yang sesuai jika ingin mendapatkan hasil yang diinginkan.

Kedua, analisis prediktif, dalam dunia jurnalistik, analisa prediktif merupakan analisa terhadap ramalan yang akan terjadi berdasarkan peristiwa atau kegiatan yang akan terjadi. Seperti halnya di bidang politik, kemampuan analisis prediktif memperkirakan dan menyajikan informasi berdasarkan hasil analisis prediktif. Berdasarkan hasil wawancara, analisis prediktif digunakan untuk mendapatkan isu yang terbaik untuk diangkat menjadi sebuah tulisan.

"Contoh pasangan calon yang akan bertarung di Pilkada, skor pertandingan sepakbola, prakiraan cuaca, Kita sering menggunakan google trend dll".

Hasil wawancara ini dapat disimpulkan, analisis prediktif dinilai cukup membantu untuk memperkirakan berita apa yang akan banyak diminati pembaca. Salah satu contohnya kemampuan AI yang dihasilkan pada dari *google analysis* dan *google trend*, sehingga membantu jurnalistik mempersiapkan konten yang sesuai dengan minat dan pencarian pembaca.

Pengelolaan Media Sosial

Meningkatnya pengguna media sosial di Indonesia dari tahun ketahun membuat perusahaan pers memanfaatkan media sosial sebagai alat kedua menyebarkan informasi. Hal ini juga di manfaatkan jabar.viva.co.id, salah satunya pemanfaatan media sosial Youtube dan Instagram. Diperlukan kompetensi yang mempuni guna mengelola konten media sosial sebagai media penyebaran berita kedua setelah website melalui strategi yang lebih terpadu, termasuk dalam hal berinteraksi dua arah dengan pengguna seperti memberikan like dan komentar pada konten yang diposting oleh pengikut, serta merencanakan konten yang akan dipublikasikan melalui media sosial.

Conten Creator

Berdasarkan data dari LinkedIn dalam (Arief & Saputra, 2019) Jumlah rekrutmen untuk profesi jurnalis telah mengalami penurunan sekitar 15% dalam lima tahun terakhir, sementara profesi *social media* dan *content creator* meningkat hingga lebih dari 30%. Seorang content creator memiliki kompetensi dalam menciptakan berbagai jenis konten seperti tulisan, gambar, video, suara, atau gabungan dari semuanya, yang memungkinkan untuk memanfaatkan berbagai platform media dengan konten yang sesuai dengan preferensi dan minat audiens.

SIMPULAN

Kesimpulan dalam penelitian ini didapatkan bahwa jurnalis dalam disrupsi *artificial intelligent* (AI) mampu beradaptasi dengan kecanggihan teknologi baru. Hal ini berguna untuk membantu tugas-tugas insan pers dalam mencari, menyunting, dan menyajikan berita berdasarkan data dan hasil wawancara di lapangan. Jabar.viva.co.id menerapkan tiga tahapan dalam menyajikan hasil berita, *Pertama, mapping issue*, pembagian isu yang akan diangkat menjadi berita melalui aplikasi *Whatsapps grup*. *Kedua, Control Conten*, pengawasan atau proses *editing* berita atau konten. *Ketiga, Respon*, menerima masukan dan tanggapan dari masyarakat terkait pemberitaan. Selain itu, jurnalis jabar.viva.co.id memiliki tiga kompetensi baru, yakni kompetensi analisis data, kemampuan menganalisis data dari lapangan kemudian menjadi tulisan. Kompetensi pengelolaan media sosial, kemampuan untuk memilah dan menetapkan isu terbaik yang akan dimuat di media sosial. Sementara *Conten creator*, kemampuan menulis dengan bantuan alat bantu *artificial intelligent* (AI) berupa ChatGPT.

DAFTAR PUSTAKA

- Aby, N. B. (2023). *Bahasa Jurnalistik pada media Online: Studi fenomenologi pada wartawan Ayobandung. com Biro Bandung*. UIN Bandung.
- Arief, N. N., & Saputra, M. A. A. (2019). Kompetensi baru public relations (PR) pada era artificial intelligence. *Jurnal Sistem Cerdas*, 2(1), 1–12.
- Bahri, A. N. (2019). Jurnalistik Online. *Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*, 1–66.
- Buhmann, A., & Gregory, A. (2023). Digital corporate communication and artificial intelligence and future roles. In *Handbook on Digital Corporate Communication* (pp. 281–296). Edward Elgar Publishing.
- Dobrescu, E. M., & Dobrescu, E. M. (2018). Artificial intelligence (Ai)-the technology that shapes the world. *Global Economic Observer*, 6(2), 71–81.
- Gourley, B. (2023). Advancing Science With Artificial Intelligence: An Example Using A Quantitative Analysis of Full Moon Influence on Human and Animal Behavior. *Available at SSRN*.
- Hanifa, H., Sholihin, A., & Ayudya, F. (2023). Peran AI Terhadap Kinerja Industri Kreatif Di Indonesia. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 2(7), 2149–2158.
- katadata.co.id. (2023). *9 AI Pembuat Teks yang Banyak Digunakan pada 2022*. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2023/11/10/9-Ai-Pembuat-Teks->

Yang-Banyak-Digunakan-Pada-

2022#:~:Text=Menurut%20survei%20Statista%20Market%20Insight%2C%20AI%20pembuat%20teks,AI%20di%20Amerika%20Serikat%20%28AS%29%2C%20Inggris%2C%20dan%20Jerman.

- Lynch, C. R. (2022). Glitch epistemology and the question of (artificial) intelligence: Perceptions, encounters, subjectivities. *Dialogues in Human Geography*, 12(3), 379–383.
- Maulana, M. S., Widiyanto, S. R., Safitri, S. D. A., & Maulana, R. (2023). Pelatihan Chat Gpt Sebagai Alat Pembelajaran Berbasis Artificial Intelligence Di Kelas. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Jotika*, 3(1), 16–19.
- Muslimin, K. (2023). *Hukum dan etika jurnalistik*. UNISNU PRESS.
- Octavia, V., & Gunadi, A. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Jurnalis Dalam Menuliskan Berita Kepada Masyarakat Sebagai Wujud Kebebasan Berpendapat Dan Kontrol Sosial Ditinjau Dari Uu Pers Dan Uu Ite (Studi Kasus: 46/Pid. Sus/2021/PN. Plp.). *Jurnal Hukum Adigama*, 5(2), 513–535.
- Rani, N. L. R. M. (2013). Persepsi jurnalis dan praktisi humas terhadap nilai berita. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1).
- Rouhiainen, L. (2018). *Artificial Intelligence: 101 things you must know today about our future*. Lasse Rouhiainen.
- Scott, B., Heumann, S., & Lorenz, P. (2018). Artificial intelligence and foreign policy. *Stiftung Neue Verantwortung Policy Brief*.
- Tomlinson, B., Torrance, A. W., & Black, R. W. (2023). Chatgpt and works scholarly: Best practices and legal pitfalls in writing with ai. *SMU L. Rev. F.*, 76, 108.
- World Economic Forum. (2023). *The Future of Jobs Report 2023 | World Economic Forum*.
[https://www.bing.com/search?pglt=43&q=Riset+dari+World+Economic+Forum+\(WEF\)+dalam+laporannya+bertema+future+of+jobs+menyebutkan%2C+setidaknya+23%25+pekerjaan+di+dunia+terdisrupsi+oleh+adanya+perkembangan+kecerdasan+buatan+atau+Artificial+intelligent+\(AI\)%2C+\(Katadata.co.id\).&cvid=2219db4c344d4632b44677d3621ec4df&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUyBggAEEUYOdIBCDEwMTFqMGoxqAllsAIB&FORM=ANNTA1&PC=LCTS](https://www.bing.com/search?pglt=43&q=Riset+dari+World+Economic+Forum+(WEF)+dalam+laporannya+bertema+future+of+jobs+menyebutkan%2C+setidaknya+23%25+pekerjaan+di+dunia+terdisrupsi+oleh+adanya+perkembangan+kecerdasan+buatan+atau+Artificial+intelligent+(AI)%2C+(Katadata.co.id).&cvid=2219db4c344d4632b44677d3621ec4df&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUyBggAEEUYOdIBCDEwMTFqMGoxqAllsAIB&FORM=ANNTA1&PC=LCTS)