

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era reformasi 1998 menjadi titik balik kebebasan Pers di Indonesia, mengakhiri era ketika pers alternatif “dijinakan hingga dibungkam” oleh rezim Orde Baru dan mendorong tumbuhnya media-media daerah (Eddyono, 2021). Periode ini menjadi momentum kebangkitan media-media daerah. Ironisnya, dua puluh tahun kemudian, alih-alih sensor politik, media-media tersebut kini justru menghadapi ancaman yang tak kalah besar yaitu gelombang disrupsi digital yang dipicu dominasi platform media sosial dan pesatnya perkembangan kecerdasan buatan (AI). Salah satu yang mengalaminya ialah SMTV Sumedang. Salah satu stasiun televisi lokal yang beroperasi di Kabupaten Sumedang, Jawa Barat, kini berada pada posisi terdepan guncangan tersebut.

Televisi lokal Indonesia tidak hanya menghadapi tekanan bisnis, tetapi juga persoalan keberlanjutan institusi. Dalam pembahasan mengenai masa depan digitalisasi penyiaran, Asosiasi Televisi Lokal Indonesia menilai bahwa kebijakan migrasi digital perlu memberi perlindungan hukum dan ruang yang adil bagi televisi lokal (Komisi Penyiaran Indonesia, 2017). Tekanan tersebut berlanjut bersama kenaikan biaya operasional dan perpindahan khalayak ke platform digital (Setijadi, 2020). Kerentanan ekonomi industri media juga terlihat dari catatan Aliansi Jurnalis Independen bahwa 549 jurnalis melaporkan pemutusan hubungan kerja sepanjang 2025, meningkat dari 373 orang pada 2024 (Aliansi Jurnalis Independen, 2026).

Fenomena ini tidak semata-mata merupakan krisis ekonomi. Disrupsi digital mengubah cara audiens memperoleh informasi, cara media mendistribusikan berita, dan pola perolehan pendapatan. Data GoodStats menunjukkan bahwa 57% responden terakhir menonton televisi lokal beberapa bulan sebelumnya dan 4% tidak pernah menonton televisi lokal (GoodStats, 2024). Pada lingkup regional Asia, Nielsen (2023) melaporkan pertumbuhan belanja iklan digital sebesar 64% pada 2022. Data tersebut tidak berarti bahwa 64% seluruh belanja iklan Indonesia berpindah ke platform digital, tetapi menunjukkan kuatnya kecenderungan pergeseran investasi iklan menuju media digital. We Are Social (2024) juga memperlihatkan tingginya durasi penggunaan media sosial di Indonesia. Dalam konteks Sumedang, perubahan tersebut membuat SMTV tidak lagi menjadi satu-satunya pintu masuk informasi lokal. Informasi warga dapat lebih dahulu beredar melalui TikTok, Instagram, YouTube, dan platform lain; karena itu, peran SMTV bergeser dari sekadar menjadi pihak pertama yang menyampaikan peristiwa menjadi institusi yang memverifikasi, memberi konteks, dan menjaga akurasi informasi lokal.

Fenomena meresapnya logika media sosial ke dalam praktik jurnalistik telah didokumentasikan oleh sejumlah penelitian di Indonesia. Eddyono (2017) menemukan bahwa media sosial khususnya Twitter telah hadir di tahapan siklus produksi berita di ruang redaksi media massa, mulai dari pencarian isu (*news gathering*), peliputan, penyuntingan, hingga distribusi. Lebih lanjut, studi terhadap media lokal Kuninganmass menunjukan pola yang semakin mengukuh: Instagram dimanfaatkan tidak hanya distribusi berita, tetapi juga pengumpulan berita, promosi

konten, hingga membangun interaksi dengan audiens yang lebih muda (Wijaya dan Eddyono, (2021). Temuan-temuan ini menegaskan bahwa media sosial bukan lagi sekadar “media tambahan” bagi ruang redaksi , melainkan telah menjadi pusat gravitasi baru dalam pertimbangan distribusi dan editorial. Platform media sosial, kesimpulan studi-studi ini telah menjadi arena hegemoni baru yang memaksa pemain lokal untuk bermain aturan main platform global (Eddyono, 2022a).

Persaingan dengan media sosial dan kehadiran kecerdasan buatan yang menambah besar masalah yang dihadapi media mainstream, termasuk media lokal. Teknologi AI generatif seperti Chat GPT, Gemini, dan berbagai perangkat berbasis Large Language Model (LLM), sudah masuk pada ruang-ruang redaksi media di seluruh penjuru dunia, termasuk pada redaksi media di Indonesia. Wakil Menteri Komdigi Nezar Patria menegaskan bahwa AI telah menjadi alat bantu efektif yang mampu mengotomatiskan tugas-tugas dasar jurnalistik seperti koreksi sintaksis, translasi bahasa, transkripsi wawancara , hingga analisis sentimen awal . Laporan *Reuters Institute for the Study of Journalism* (2026) yang mensurvei 280 eksekutif media dari 51 negara menunjukkan bahwa 97% responden menempatkan otomatisasi *backend* sebagai arah implementasi AI, sementara 82% menekankan penerapan AI pada pengumpulan berita. Di Indonesia riset BBC Media Action mengungkapkan bahwa 75% jurnalis telah menggunakan *tools* AI dalam pekerjaan sehari hari mereka. tvOne bahkan telah meluncurkan tiga *virtual anchor* bertenaga AI untuk membawakan program berita, menandai pergerakan signifikan menuju model presentasi berita berbasis AI di Indonesia.

Beritabali.com yang lebih kompleks, tekanan dari media sosial dan AI kini saling memperkuat. Studi terbaru Asih dan Eddyono (2025) terhadap Beritabali.com menjadi yang pertama secara eksplisit menggunakan kerangka *deep mediatization* untuk menganalisis media lokal Indonesia. Temuannya sangat relevan : media lokal tidak hanya menyesuaikan diri dengan logika media sosial dengan memproduksi konten khusus untuk platform digital, tetapi juga mulai mengadopsi AI untuk mendukung produksi konten. Strategi ini melibatkan pekerja magang dengan keterampilan digital dan memanfaatkan AI merupakan respon adaptif di tengah keterbatasan sumber daya finansial dan manusia yang kronis pada media lokal. Namun studi ini berfokus pada media siber (*online*). Bagaimana proses yang sama berlangsung di televisi lokal dengan kompleksitas produksi audio visual, karakter institusional yang berbeda, dan ketergantungan pada logika penyiaran yang lebih rigid masih menjadi pertanyaan yang belum terjawab.

Bagi televisi lokal dengan sumber daya terbatas seperti SMTV, AI menghadirkan situasi yang paradoks. Di satu sisi AI berpotensi menjadi solusi efisiensi yang memungkinkan redaksi dengan pekerja terbatas menghasilkan konten lebih banyak dan beragam. Di sisi lain otomatisasi berbasis AI justru mengancam kekhasan jurnalistik lokal yang selama ini bertumpu pada kedekatan, konteks mendalam, dan kepekaan terhadap nuansa yang hanya bisa dilakukan oleh jurnalis yang benar-benar memahami karakter kehidupan masyarakat dan sekitarnya. Kekhawatiran ini bukan tanpa dasar. Di tingkat global, studi tentang AIGC (*AI-generated content*) di Tiongkok mengungkapkan bahwa AI mengikis kekuasaan “*fourth estate*” media atas produksi dan distribusi narasi, karena algoritma kini

mampu mengidentifikasi topik yang sedang muncul secara *real time*, memperkuatnya menjadi agenda yang bergerak cepat, sehingga media seringkali berjuang untuk mengejar ketertinggalan alih-alih memimpin percakapan publik.

SMTV, sebagai televisi lokal yang mengudara sejak 2013, merepresentasikan ironi yang patut dicermati secara mendalam. SMTV mencatat sejarah penting sebagai televisi lokal pertama di Jawa barat yang melakukan Analog Switch Off (ASO) pada 6 maret 2022, dan dinobatkan KPID Jawa Barat sebagai televisi pertama di Indonesia yang melakukan migrasi penuh ke siaran digital. SMTV juga meraih delapan Anugerah Penyiaran dari KPID Jawa Barat. Pada tahun 2024, SMTV memperluas jangkauan siaran digitalnya hingga ke kota Cirebon, dan tengah memproses perizinan untuk ekspansi ke wilayah Subang, Purwakarta, Karawang dan Indramayu (Purwasuka Tv). Di permukaan, SMTV tampak sebagai kisah sukses digitalisasi televisi lokal, namun di sisi lain justru disinilah letak kegelisahan mendalamnya: keberhasilan teknis migrasi dari analog ke digital tidak otomatis menjamin kemampuan SMTV menghadapi disrupsi lapis kedua yang jauh lebih kompleks, yaitu mediatisasi media sosial dan kecerdasan buatan. Secara teknis , SMTV memang telah “digital”, akan tetapi secara sosiologis dan institusional, ia baru saja memasuki fase *deep mediatization*, sebuah kondisi dimana seluruh praktik produksi dan konsumsi realitas sosial telah terikat secara mendalam dengan infrastruktur digital dan logika algoritma, bukan sekedar penggunaan media sosial sebagai alat bantu (Couldry & Hepp, 2017).

Untuk memahami kondisi ini secara konseptual, kerangka teori mediatisasi menjadi sangat relevan. Dibangun secara sistematis oleh Hjarvard (2008, 2013) dan

diperkaya oleh Couldry serta Hepp (2013, 2017), menawarkan landasan konseptual untuk menelaah bagaimana logika media berinteraksi dengan dan bahkan mentransformasi institusi-institusi sosial lainnya, sekaligus bagaimana institusi media itu sendiri berubah seiring perkembangan teknologi. Dalam penelitian ini mediatisasi tidak hanya dipahami sebagai proses pengaruh media terhadap bidang-bidang kehidupan sosial lain, tetapi juga sebagai proses media itu sendiri mengalami transformasi akibat logika platform digital dan AI.

Couldry and Hepp (2017) mengajukan konsep *deep mediatization* untuk melukiskan kondisi penetrasi media digital begitu dalam dan menyeluruh, sehingga mengubah cara institusi media konvensional bekerja, cara individu berinteraksi, bahkan cara realitas sosial dikonstruksi. Dalam penelitian ini, mediatisasi tidak hanya dipahami sebagai proses pengaruh media terhadap bidang-bidang kehidupan sosial lain, tetapi juga sebagai proses media itu sendiri mengalami transformasi akibat logika platform digital dan AI. Hepp (2020) menegaskan bahwa *deep mediatization* melibatkan ketergantungan semua faktor sosial dalam relasi interdependensi yang bergantung pada proses proses yang di mediatisasi oleh teknologi. SMTV, dengan segala prestasi digitalisasinya, kini harus berhadapan dengan realitas bahwa logika jurnalistik bukan lagi satu satunya logika yang mengatur operasi institusinya. Logika media sosial (viralitas, kecepatan) dan logika AI (otomatisasi, data fikasi, personalisasi algoritmik) telah menyusup dan mendesak ruang redaksi dari dua arah sekaligus; eksternal dan internal.

Kondisi ini menghadirkan tuntutan adaptasi yang tidak terhindarkan. Mampukah SMTV bertransformasi mengikuti logika media sosial dan AI, ataukah

akan tenggelam seperti banyak stasiun televisi lokal Indonesia lainnya? Pertanyaan tentang daya tahan media lokal di era disrupsi digital sejatinya belum mendapatkan jawaban yang memuaskan dalam literatur komunikasi Indonesia. Sebagian besar kajian tentang media lokal Indonesia sekitar dimensi politik ekonomi, kepemilikan media, dan relasi media dengan kekuasaan (Lim, 2012; Tapsell, 2017; Nugroho et al., 2012), sementara pertanyaan tentang strategi bertahan dan ketangguhan media lokal di tengah perkembangan platform digital dan AI, relatif masih kurang. Kajian mediatisasi media di Indonesia pun masih terbatas, dan hampir tidak ada yang secara khusus meneliti proses mediatisasi di stasiun televisi lokal setingkat kabupaten. Untuk menegaskan celah riset ini, berikut dipetakan riset-riset terdahulu yang relevan: Eddyono (2017) ,”Twitter dan Ruang Redaksi Media Massa”, meneliti penggunaan twitter di ruang redaksi dan menentukan bahwa media sosial telah hadir di seluruh proses produksi berita. Fokus pada media nasional, belum menyentuh televisi lokal dan belum membahas AI. Wijaya dan Eddyono (2021) dalam “Pemanfaatan Media Sosial Instagram oleh Redaksi Kuninganmass” mengkaji penggunaan Instagram Oleh media lokal Kuninganmass untuk distribusi, pengumpulan berita , dan interaksi audiens.

Fokus pada media siber, bukan televisi, dan belum melibatkan dimensi AI. Eddyono (2022a) meneliti strategi Kompasiana dan Indonesiana menghadapi dominasi platform global, menegakkan hegemoni platform, namun fokus pada platform jurnalisme warga, bukan televisi lokal. Eddyono (2022b) dalam “Media Siber dan Search Engine Optimization” menganalisis adaptasi media siber terhadap logika algoritma mesin pencari, relevan untuk memahami adaptasi platform, namun

terbatas pada media siber dan SEO. Riset tvOne Virtual Anchor (2025) meneliti penggunaan virtual anchor bertenaga AI di tvOne dan personalisasinya untuk audiens. Fokus pada level televisi nasional, belum mengeksplorasi bagaimana televisi lokal dengan sumber daya terbatas merespons tren yang sama. “The Guardian of Local Culture” (Haryono et al., 2025), Menyoroti strategi intensifikasi dan ekstensifikasi televisi lokal serta ketergantungan pada pemerintah sebagai niche market. Celah: belum mengintegrasikan analisis dampak AI dan *deep mediatization* ke dalam kerangka strategi televisi lokal. “Migrasi Media Televisi Mainstream ke Digital” (2022). Membahas kesiapan televisi lokal menghadapi ASO dengan fokus pada aspek teknis migrasi. Keterbatasan: hanya membahas migrasi infrastruktur, belum menyentuh transformasi sosiologis ruang redaksi akibat mediatisasi media sosial dan AI. Setiawan (2023), “Stuck on the Surface: Digitization Case Studies of Three Local Televisions”.

Penelitian yang dilakukan pada Jogja TV, Tegar TV, dan Lombok TV menemukan bahwa televisi lokal masih terjebak pada masalah infrastruktur dasar dan belum memikirkan variasi program. Riset ini berhenti pada aspek teknokratis digitalisasi dan belum menyentuh dimensi AI maupun mediatisasi media sosial. Sementara itu, Haryono, Bungin dan Teguh (2025) dalam “The Guardian of Local Culture” mengkaji dinamika televisi lokal Indonesia dalam mempertahankan budaya lokal di tengah serbuan media global. Riset ini menekankan strategi segmentasi pasar dan peran pemerintah, tetapi belum membahas bagaimana logika media sosial dan AI mengubah praktik redaksi dari dalam. Asih & Eddyono (2025), *Adapting News Production to Social Media logics: The case of Beritabali.com studi*

paling relevan yang menggunakan kerangka *deep mediatization* untuk menganalisis media lokal. Menemukan adopsi media sosial dan AI secara simultan. Namun, fokus pada media siber (*online*), bukan televisi dengan kompleksitas audiovisual. “Riset ATVLI tentang keberlangsungan televisi lokal (2020), menyoroti bahwa pemerintah tidak mempertimbangkan perspektif penyiar lokal dalam implementasi digitalisasi penyiaran, dan masalah fundamental, seperti keseimbangan penggunaan infrastruktur multipleksing masih tersisa. Analisisnya belum menjangkau dampak AI pada ruang redaksi televisi lokal. Sementara itu, Hepp (2026) dalam “*Curating AI into Being : Hacks/Hackers as Amplifiers of Journalism Digital Futures*” menganalisis bagaimana jaringan Hack/Hackers mengamplifikasi visi AI sebagai masa depan jurnalisme. Namun fokus riset ini masih pada tataran diskursif dan aktor jaringan di level global, sehingga belum menyentuh bagaimana visi tersebut diterjemahkan dalam praktik redaksi televisi lokal di konteks non-Barat. Selanjutnya, laporan Reuters Institute (2026) berjudul “*Journalism, Media, and Technology Trends and Prediction 2026*” memetakan empat tren utama jurnalisme global, termasuk kompetisi media berbentuk “*dumbbell*” dan agen AI. Meski sangat komprehensif, riset ini bersifat makro-global dan belum mengkaji secara spesifik bagaimana tren tersebut berdampak pada televisi lokal di Indonesia.

Dari pemetaan di atas, tampak jelas bahwa belum ada penelitian yang secara simultan menganalisis bagaimana media sosial dan AI dalam kerangka *deep mediatization*, mediatisasi praktik institusional televisi lokal Indonesia. Di sinilah letak kebaruan (*novelty*) penelitian ini: mengeksplorasi secara simultan dua kekuatan mediatisasi yang bekerja pada satu institusi televisi lokal, yaitu media

sosial sebagai tekanan eksternal dan AI sebagai transformasi internal, dalam bingkai *deep mediatization* yang belum pernah diterapkan pada konteks televisi lokal setingkat kabupaten di Indonesia.

Pertanyaan tentang bagaimana media sosial dan AI memediasiasi praktik institusional SMTV, mengapa SMTV berupaya mengikuti perkembangannya. Penelitian perlu menelusuri proses negosiasi yang berlangsung dalam praktik sehari-hari: antara nilai jurnalistik lokal yang mengutamakan verifikasi dan kedekatan, tuntutan media sosial yang menekankan kecepatan dan keterlihatan, serta penggunaan AI yang menawarkan efisiensi. Ketiganya saling berinteraksi dan membentuk kembali pola komunikasi serta praktik institusional SMTV. Dalam kerangka Hepp (2020), proses pembentukan kembali tersebut dipahami sebagai *refiguration*.

Pertanyaan yang diajukan, bagaimana media sosial dan AI memediasiasi SMTV dan mengapa SMTV berupaya mengikutinya, tidak bisa dijawab hanya dengan memotret strategi atau mendata teknologi apa saja yang dipakai. Ia menuntut kita menyelami lebih dalam “pertarungan” yang terjadi di ruang redaksi sehari-hari: benturan antara naluri jurnalistik lokal yang mengutamakan kedekatan, godaan viralitas media sosial yang mengejar atensi, dan efisiensi otomatisasi AI yang serba cepat. Ketiganya tidak sekedar hidup berdampingan, melainkan terus menerus bernegosiasi, berbenturan, saling mempengaruhi dan membentuk praktik baru pada SMTV. Dalam kerangka *deep mediatization*, inilah yang disebut sebagai proses *refiguration* (Hepp, 2020), pembentukan kembali pola komunikasi dan praktik sosial yang telah mendarah daging dalam institusi media.

Atas dasar itulah, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan yang ada dengan mengajukan pertanyaan mendasar yang tidak hanya bermanfaat untuk SMTV, melainkan juga membawa dampak terhadap teori dan praktik yang lebih luas bagi perkembangan televisi lokal di era disrupsi digital.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana media sosial dan kecerdasan buatan (AI) memediasasi praktik institusional SMTV dalam kerangka *deep mediatization*?
2. Mengapa SMTV berupaya mengikuti perkembangan media sosial dan kecerdasan buatan (AI)?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis proses media sosial dan kecerdasan buatan (AI) dalam memediasasi praktik institusional SMTV berdasarkan kerangka *deep mediatization*, termasuk perubahan produksi, distribusi, evaluasi, rutinitas, relasi dan pembagian kerja, beban kerja, serta mekanisme kontrol manusia.
2. Menganalisis alasan dan bentuk upaya SMTV dalam mengikuti perkembangan media sosial dan kecerdasan buatan (AI), meliputi perubahan audiens, persaingan media, kebutuhan kecepatan, keterbatasan sumber daya manusia, tekanan ekonomi, pergeseran pasar iklan, dan kebutuhan mempertahankan relevansi televisi lokal.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan berkontribusi pada beberapa hal, di antaranya: Pengembangan kajian mediatisasi, khususnya *deep mediatization* (Couldry & Hepp, 2017) dalam konteks media lokal di Indonesia, yang selama ini jarang diteliti, sehingga memperkaya pemahaman tentang institusi media lokal merespons dan menyesuaikan diri terhadap logika platform digital dan AI. Memberikan kontribusi empiris pada studi tentang AI dalam jurnalisme lokal, yang selama ini lebih banyak berfokus pada media berskala nasional atau global, sehingga memperluas cakrawala aplikasi teori *deep mediatization* di konteks non-Barat. Penguatan kerangka konseptual mediatisasi dalam konteks media lokal di Asia Tenggara, yang masih sangat terbatas dalam literatur komunikasi internasional. Penelitian ini memperlihatkan penggunaan *foundational mediatization* dan refigurasi untuk menjelaskan perubahan kondisi dasar praktik, keterhubungan media, rutinitas, relasi kerja, evaluasi dan otoritas editorial.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dari tataran praktis, temuan penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi media lokal dan beberapa instansi yang memiliki keterkaitan, yaitu para pengelola media lokal dalam merancang langkah-langkah adaptasi yang efektif menghadapi disrupsi digital, sehingga bisa tetap bertahan, tanpa kehilangan identitas dan kedekatan humanis dengan komunitasnya, penelitian

ini diharapkan menjadi pertimbangan bagi pengelola SMTV dan televisi lokal lainnya dalam mengembangkan penggunaan media sosial dan AI secara proporsional, menjaga akurasi dan konteks lokal. Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dalam menyusun kebijakan dalam menopang eksistensi media lokal di era multi platform dan AI, berdasarkan data empiris tentang realitas yang dihadapi televisi lokal pasca digitalisasi. Berbagai media massa di Indonesia dalam memahami dampak dari kehadiran AI terhadap kualitas dan profesionalisme jurnalistik lokal, serta sebagai bahan refleksi kritis untuk menjaga keseimbangan antara efisiensi teknologi dan nilai-nilai jurnalistik. Bagi jurnalis, redaktur dan pekerja media, penelitian ini dapat menjadi bahan refleksi untuk menyeimbangkan kecepatan, efisiensi, kualitas, etika, dan tanggung jawab editorial.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Definisi Konsep

2.1.1 Televisi Lokal di Era Disrupsi Digital

Televisi lokal pada penelitian ini merujuk pada institusi media yang wilayah kerjanya mencakup kawasan geografis di luar kota besar seperti luar Jakarta dan beberapa kota besar lainnya, dengan cakupan khalayak mulai dari tingkat provinsi hingga kabupaten atau kota (Wahyuni, 2014). Pasca reformasi dan terbitnya Undang-Undang Penyiaran Nomor 32 Tahun 2002, media lokal mengalami perkembangan yang sangat pesat. Namun kini, pertumbuhan tersebut terancam oleh gelombang disrupsi digital dan media sosial, yang menggerus keberlangsungan operasional media lokal.

Tapsell (2017) mengemukakan bahwa ekspansi media lokal tidak bisa dilepaskan dari strategi kelompok-kelompok media nasional yang membangun jaringan afiliasi di berbagai daerah. Pola ketergantungan ini melahirkan apa yang disebut sebagai media patronage, yakni ketergantungan finansial dan editorial media lokal kepada korporasi induknya. Di era digital, ketergantungan tersebut semakin berat karena media lokal juga harus bersaing dengan platform media sosial, yang lebih interaktif, *real time*, dekat dengan khalayak, dan tidak mengenal batas geografis.

Newman et al. (2024) dalam *Reuters Institute Digital News Report* menemukan bahwa kepercayaan terhadap media konvensional, termasuk televisi lokal, terus mengalami kemunduran di berbagai negara, sementara

konsumsi berita melalui media sosial dan platform digital terus meningkat setiap tahunnya. Tren serupa juga terjadi di Indonesia, dimana logika algoritma platform seperti Google, Facebook, dan TikTok, semakin mendominasi distribusi berita, dan menentukan apa yang dikonsumsi publik, mengabaikan peran penjaga gerbang informasi tradisional seperti editor televisi lokal.

Dalam konteks inilah SMTV Sumedang beroperasi, sebagai televisi lokal yang berafiliasi dengan Jawa Pos Group, SMTV menghadapi tekanan ganda: ketergantungan struktural pada jaringan korporasi nasional, sekaligus keharusan berkompetisi dengan platform digital global yang tidak terbebani oleh biaya produksi konten jurnalistik, konvensional. Setijadi (2020) mengidentifikasi bahwa media lokal di Indonesia menghadapi pola kesenjangan yang tajam dengan media nasional dalam hal kapasitas adaptasi digital, sebuah kondisi yang menjadikan studi tentang strategi bertahan televisi lokal semakin urgen.

Perubahan lingkungan media juga menggeser hubungan televisi lokal dengan audiens. audiens tidak lagi bergantung pada jadwal siaran untuk memperoleh berita. Informasi hadir melalui berbagai platform, dapat diakses setiap saat. Dalam kondisi tersebut, televisi lokal menghadapi tuntutan untuk hadir dalam distribusi *multiplatform* sekaligus mempertahankan fungsi verifikasi, konteks, dan kedekatan lokal. Karena itu, keberlanjutan televisi lokal tidak hanya bergantung pada kemampuan mengadopsi perangkat, tetapi

juga pada kemampuan menata kembali produksi, distribusi, evaluasi, hubungan kerja, dan identitas institusionalnya.

SMTV ditempatkan dalam konteks tersebut, sebagai televisi lokal di Kabupaten Sumedang yang tetap menjalankan siaran linear, SMTV juga menggunakan media sosial dan mulai memanfaatkan AI pada sebagian pekerjaan. Kondisi ini membuat SMTV relevan dikaji sebagai institusi media yang tidak sepenuhnya meninggalkan praktik penyiaran sebelumnya, tetapi juga tidak lagi bekerja hanya berdasarkan sistem televisi konvensional. Pertemuan praktik lama dan praktik baru menjadi dasar untuk memahami mediatisasi pada televisi lokal.

2.1.2 Media Sosial dan Kecerdasan Buatan (AI)

Media sosial telah mengubah ekosistem informasi lokal secara mendasar. Hermida (2010) memperkenalkan konsep *ambient journalism* untuk menggambarkan bagaimana Twitter (kini X) dan platform sejenis menciptakan sistem kesadaran kolektif, yang memungkinkan informasi mengalir secara langsung dari warga ke warga, mendahului siklus produksi berita media konvensional. Fenomena ini menempatkan media lokal seperti SMTV dalam posisi yang dilematis, bahwa keunggulan kecepatan telah hilang, namun relevansi masih bisa dipertahankan melalui kedalaman, konteks, dan kredibilitas. Jika Hjarvard (2008, 2013) mengajukan konsep logika media (sebagai cara kerja institusi media konvensional), maka dalam era *deep mediatization*, logika platform (*platform logic*) mengambil alih peran

tersebut (van Dijck, Poell, & de Waal, 2018). Media sosial seperti TikTok, Instagram, YouTube, dan Facebook tidak hanya mendistribusikan konten, tetapi juga membentuk norma baru tentang: kecepatan (*real-time*, selalu terbaru), viralitas (daya sebar sebagai ukuran keberhasilan), Fragmentasi audiens (konten pendek, personalisasi), keterlibatan (*like, comment, share* sebagai metrik).

Beritabali.com Pengaruh media sosial terhadap agenda pemberitaan media konvensional telah banyak didokumentasikan. Vargo et al. (2018) menemukan hubungan timbal balik antara agenda media sosial dan agenda media konvensional dalam proses yang mereka sebut intermedia agenda setting. Artinya, topik yang sedang ramai di media sosial akan mempengaruhi liputan media konvensional, begitu pula sebaliknya. Untuk SMTV, ini berarti agenda pemberitaan tidak lagi bisa disusun secara independen, tanpa mempertimbangkan dinamika media sosial. Di sisi lain, media sosial juga membuka peluang bagi media lokal untuk menjangkau audiens yang lebih luas, melampaui batasan geografis dan jadwal siaran linear. Bossio (2017) menemukan bahwa media lokal yang berhasil mengintegrasikan media sosial ke dalam strategi distribusi kontennya mampu menjaga relevansi bahkan memperluas basis audiens mereka. Dalam konteks Indonesia, Wijaya dan Eddyono (2021) mendokumentasikan bagaimana redaksi Kuninganmass memanfaatkan Instagram tidak sekedar sebagai saluran distribusi, melainkan juga sebagai alat pengumpul berita, promosi konten, dan membangun interaksi audiens yang lebih muda. Praktik ini menunjukkan bahwa media lokal

Indonesia telah melangkah lebih jauh dari sekedar hadir di media sosial menuju beroperasi dengan logika media sosial. Studi Asih dan Eddyono (2025) terhadap Beritabali.com mengonfirmasi temuan ini dalam konteks Indonesia: media lokal memproduksi konten khusus untuk media sosial demi menjangkau audiens yang semakin banyak mengakses berita melalui platform digital, sekaligus menarik pengiklan sebagai sumber pendapatan di tengah menurunnya iklan konvensional. Pemanfaatan YouTube, Instagram, dan TikTok oleh televisi lokal Indonesia untuk mendistribusikan ulang konten siaran pun menjadi strategi yang semakin banyak diterapkan. Bagi media lokal seperti SMTV, tekanan ini sangat kuat karena platform media sosial menghapus keunggulan geografis dan temporal yang sebelumnya menjadi basis keberadaan televisi lokal. Hermida (2010) menyebut fenomena ini sebagai *ambient journalism*: informasi mengalir dari warga ke warga tanpa melalui *gatekeeping* profesional.

Dalam satu dekade terakhir, penerapan kecerdasan buatan di ruang redaksi media berkembang dengan sangat pesat. Berbagai jenis media banyak memanfaatkan fasilitas dari kecerdasan buatan. Dörr (2016) mengidentifikasi tiga bidang utama penerapan AI dalam jurnalisme, yaitu: produksi konten otomatis berbasis data, distribusi konten yang dipersonalisasi oleh algoritma, serta analisis khalayak berbasis data besar. Ketiga bidang ini memiliki konsekuensi yang berbeda bagi media lokal.

Dalam kerangka Hepp, AI bukan sekadar alat teknis, melainkan infrastruktur komunikasi yang mengubah relasi antara produsen, konten, dan

audiens. Dörr (2016) mengidentifikasi tiga area utama adopsi AI dalam jurnalisme. Produksi otomatis (*automated journalism*) teks berita dari data terstruktur. Distribusi personal algoritma penentu konten yang dilihat pengguna. Analisis audiens data besar untuk memahami perilaku konsumsi. *Automated journalism* atau yang sering disebut jurnalisme robot merupakan proses pembuatan konten berita secara otomatis oleh algoritma komputer berdasarkan data terstruktur (Carlson, 2015). Teknologi ini pada awalnya dimanfaatkan oleh media-media besar, seperti Associated Press untuk menghasilkan laporan keuangan dan hasil pertandingan olahraga secara massal dan otomatis. Perkembangan terkini dalam AI generatif seperti GPT-4, Gemini, dan Llama membuka kemungkinan yang jauh lebih luas, termasuk potensi pemanfaatannya oleh media lokal yang memiliki sumber daya terbatas. Dalam kerangka *deep mediatization* yang dikembangkan Hepp (2020), AI bukan sekedar alat teknis, melainkan infrastruktur komunikasi yang mengubah relasi antara produsen, konten dan audiens. Hepp (2020) mengidentifikasi kehadiran AI sebagai gelombang mediatisasi paling transformatif yang ia sebut *foundational mediatization* karena mengubah fondasi cara informasi diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi. Iocoste, Goncalves, dan Quadros (2024) dalam tinjauan retrospektif sepuluh tahun terhadap riset AI dalam jurnalisme menemukan bahwa studi tentang topik ini telah bergeser dari fase eksplorasi awal menuju analisis dampak yang lebih mendalam.

Bagi televisi lokal seperti SMTV, AI menawarkan potensi efisiensi yang cukup signifikan. Mulai dari transkripsi otomatis, penerjemahan, penyusunan ringkasan berita, optimasi SEO, hingga analisis sentimen audiens (Diakopoulos, 2019; Graefe, 2016). Namun Deuze dan Witschge (2020) mengingatkan bahwa adopsi AI dalam jurnalisme lokal mengandung kontradiksi yang mendasar, bahwa teknologi yang dirancang untuk meningkatkan efisiensi justru berpotensi mengikis aspek paling bernilai dari jurnalisme lokal, yaitu kedekatan dengan komunitas, kedalaman konteks, dan hubungan manusiawi antara jurnalis dengan masyarakat yang mereka liput. Jones, Jones, dan Luger (2022) menyebut kondisi ini sebagai “masalah inteligibilitas AI” (*AI Intelligibility Problem*), dimana banyak jurnalis menggunakan AI tanpa sepenuhnya memahami cara kerja, keterbatasan, dan bias yang terkandung di dalamnya.

Studi Asih dan Eddoyono (2025) pada Beritabali.com memberikan bukti empiris awal tentang adopsi AI oleh media lokal melibatkan pekerja magang yang memiliki keterampilan produksi konten digital serta mengadopsi AI untuk mendukung produksi konten. Temuan ini mengonfirmasi bahwa AI dan Media Sosial bukanlah fenomena yang terpisah melainkan saling terkait dalam proses *deep mediatization* media lokal.

2.1.3 Teori Deep Mediatization

Mediatisasi merupakan konsep teoritis yang menjadi fokus utama pada penelitian ini. Hjarvard (2008: 113) mendefinisikan mediatisasi sebagai proses di mana masyarakat secara bertahap semakin bergantung pada media beserta logika kerjanya. Konsep logika media merujuk pada cara kerja dan format kelembagaan media yang khas, yang kemudian memengaruhi cara berbagai institusi sosial lainnya beroperasi dan mengkonstruksi realitas. Dalam pengertian ini, media bukan sekadar saluran penyampai pesan, melainkan kekuatan yang turut membentuk ulang aturan main di berbagai bidang kehidupan.

Hjarvard (2013) membedakan dua bentuk mediatisasi, yaitu mediatisasi langsung, yang maksudnya ketika aktivitas sosial yang sebelumnya tidak dimediasi kini berlangsung melalui media. Kedua mediatisasi tidak langsung, yaitu ketika suatu institusi mengadopsi logika media dalam cara kerjanya, tanpa sepenuhnya menjadi bagian dari media. Kedua bentuk ini relevan untuk memahami cara SMTV merespons logika media sosial dan AI.

Couldry and Hepp (2013, 2017) mengembangkan lebih lanjut konsep mediatisasi dengan menekankan adanya gelombang-gelombang historis mediatisasi, dimana setiap kemajuan teknologi media membawa logika baru yang mengubah cara institusi sosial beroperasi. Dalam konteks inilah Hepp (2020) mengajukan konsep *deep mediatization*, yaitu fase terkini dari proses mediatisasi yang berlangsung secara mendalam dan masif. *Deep mediatization* bukan lagi tentang pengaruh satu jenis media tertentu terhadap

masyarakat, melainkan tentang bagaimana seluruh lingkungan komunikasi telah tertata ulang oleh infrastruktur digital yang saling terhubung. Di dalamnya, media digital, platform, algoritma, dan sistem otomatis bukan hanya alat, melainkan prasyarat fundamental bagi berlangsungnya praktik-praktik sosial, termasuk jurnalisme. Dalam karyanya terkini, Hepp (2020) mengidentifikasi kehadiran AI sebagai gelombang mediatisasi paling transformatif yang ia sebut sebagai *foundational mediatization*. Disebut *'foundational'* karena AI tidak sekadar menambahkan saluran baru dalam distribusi informasi, melainkan mengubah fondasi paling mendasar dari cara informasi diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi.

Stromback (2008) memberikan perspektif yang berguna tentang mediatisasi dalam konteks institusi media itu sendiri. Stromback (2008) membedakan empat fase mediatisasi, di antaranya: (1) media sebagai sumber informasi utama; (2) media yang mandiri dari institusi sosial lain; (3) konten media yang dikendalikan oleh logika media itu sendiri; dan (4) para aktor sosial yang menyesuaikan perilaku mereka dengan logika media. Kerangka ini memungkinkan identifikasi fase mediatisasi yang tengah dialami SMTV dalam konteks disrupsi digital. Saat ini, SMTV tampaknya berada pada fase ketiga menuju keempat: logika platform dan AI mulai mengendalikan konten media, dan SMTV sebagai aktor institusional harus menyesuaikan diri.

Konsep *refiguration* menjadi perangkat analitis utama dalam penelitian ini untuk menjelaskan pembentukan kembali pola komunikasi dan praktik institusional yang telah mapan akibat semakin mendalamnya keterhubungan

dengan media. Refigurasi tidak dipahami sebagai penggantian total praktik lama oleh praktik baru. Pada SMTV, peliputan lapangan, verifikasi, *gatekeeping*, dan keputusan editorial dapat tetap dipertahankan, tetapi kini berlangsung bersama distribusi lintas platform, pembacaan data audiens, serta penggunaan AI pada pekerjaan tertentu. Karena itu, fokus analisis diarahkan pada hubungan, negosiasi, dan susunan praktik yang berubah.

Dalam penelitian ini, *deep mediatization* ditempatkan sebagai kerangka besar untuk membaca semakin mendalamnya keterhubungan praktik institusional SMTV dengan lingkungan media digital. *Refiguration* digunakan sebagai konsep analitis utama untuk membaca pembentukan kembali hubungan dan praktik. Adapun *foundational mediatization* digunakan secara proporsional untuk memahami kecenderungan semakin mendasarnya sistem komputasional, data, dan AI bagi sebagian pekerjaan komunikasi dan produksi informasi, tanpa mengasumsikan bahwa seluruh praktik jurnalistik SMTV telah digantikan oleh AI.

2.2 Kajian Riset Terdahulu dan Kebaruan Penelitian

2.2.1 Media Lokal dan Adaptasi Digital

Sejumlah penelitian relevan telah dilakukan sebelumnya mengenai adaptasi media lokal menghadapi disrupsi digital. Ferrucci dan Vos (2017) meneliti transformasi media lokal di Amerika Serikat pasca-disrupsi digital dan menyimpulkan bahwa media lokal yang berhasil melewati krisis adalah yang mampu mendefinisikan ulang perannya dari penyedia berita umum

menjadi institusi komunitas yang menyajikan konten hiperlokal yang tidak bisa diperoleh dari platform nasional maupun media sosial, kemudian Setijadi (2020) yang meneliti di Indonesia, tentang industri media di era digital mengidentifikasi pola kesenjangan yang tajam antara media nasional yang mampu beradaptasi dan media lokal yang kesulitan mengikuti laju transformasi digital. Penelitian ini penting sebagai kerangka konteks, meskipun tidak secara khusus membahas adopsi AI maupun dinamika mediatisasi.

Mengenai adopsi AI dalam jurnalisme, penelitian Dörr dan Hill Buchner (2017) menemukan bahwa penerapan *automated journalism* di berbagai redaksi mendorong pergeseran peran jurnalis dari pencerita menjadi kurator dan verifikator informasi. Temuan ini relevan untuk memahami bagaimana adopsi AI di SMTV berpotensi mengubah peran jurnalis lokal.

Dalam konteks mediatisasi dan platform, penelitian Ekström et al. (2016) mengkaji pengaruh logika platform media sosial terhadap praktik jurnalisme konvensional dan menemukan adanya proses *platformization of journalism*, yakni terinternalisasinya logika dan nilai-nilai platform ke dalam rutinitas dan norma jurnalistik. Konsep ini relevan untuk menganalisis sejauh mana logika platform telah meresap ke dalam praktik pemberitaan SMTV.

Dalam konteks Indonesia, beberapa penelitian telah mendokumentasikan pemanfaatan media sosial di ruang redaksi. Eddyono (2017) meneliti penggunaan twitter di ruang redaksi media massa dan menemukan bahwa media sosial digunakan untuk distribusi berita,

pengumpulan berita, promosi konten, hingga membangun interaksi dengan audiens.

Penelitian yang paling dekat dengan objek kajian ini adalah studi Adiprasetio dan Menayang (2019) yang meneliti televisi lokal Jawa Pos di Surabaya, dan studi Asih dan Eddyono (2025) terhadap Beritabali.com yang secara eksplisit menggunakan kerangka *deep mediatization*. Namun, fokus penelitian tersebut pada ekonomi politik dan konstruksi pemberitaan pilkada, bukan pada dinamika adaptasi digital dan mediatisasi. Sementara studi kedua meskipun paling relevan berfokus pada media siber (*online*), bukan televisi dengan kompleksitas produksi audio visualnya.

Tabel 2.1 Pemetaan Riset Terdahulu

No	Peneliti/Tahun	Fokus Kajian	Temuan Utama	Keterbatasan & Gap
1	Setiawan (2023)	Digitalisasi televisi lokal (Jogja TV, Tegar TV, Lombok TV)	TV Lokal terjebak masalah infrastruktur dasar digitalisasi dan belum memikirkan variasi program	Hanya membahas aspek teknokratis digitalisasi ,belum menyentuh dimensi AI maupun mediatisasi media sosial
2	Haryono, Bungin, & Teguh (2025)	Dinamika TV lokal mempertahankan budaya lokal di tengah serbuan media global	Strategi intensifikasi dan ekstensifikasi , serta ketergantungan pada pemerintah sebagai <i>niche market</i> .	Belum mengintegrasikan analisis dampak AI dan <i>deep mediatization</i> ke dalam

				kerangka strategi televisi lokal.
3	Allaili (2024) “Presenter Berita Virtual Artificial Intelligence di Channel Youtube TVOneAI (2025)	Penggunaan Virtual anchor bertenaga AI di tvOne (televisi nasional)	Peluncuran virtual anchor AI untuk membawakan program berita, menandai pergerakan menuju model presentasi berbasis AI.	Fokus pada konteks TV nasional; belum mengeksplorasi bagaimana TV lokal dengan sumberdaya yang terbatas merespon tren serupa.
4	Dwihadiah (2024) ”Public Technological Acceptance of the use on Artificial Intelligence as News Anchor in TV One Indonesia “	Penerimaan publik (audiens) terhadap penggunaan presenter berita berbasis AI di tvOne.	Audiens berada pada posisi penerimaan dengan pertimbangan terhadap risiko.	Berfokus pada penerimaan audiens terhadap virtual anchor, bukan pada perubahan praktik institusional media.
5	Kurnia dkk (2024) , “ The Power of Hybrid News room, Implementation of AI Virtual Anchor and How the Ethical Issues Confronting in the Digital Journalism”	Transformasi praktik institusional ruang redaksi di era digital, dengan tiga poros: Hybrid newsroom,Implementasi AI virtual anchor dalam produksi berita dan	Praktik kerja hibrida dan virtual anchor memunculkan kebutuhan adaptasi etika dan pengelolaan kerja.	Berfokus pada teks/ representasi presenter virtual, bukan rutinitas, pembagian kerja dan kontrol institusional.

		Tantangan etika jurnalistik digital		
6	Wijaya & Eddyono (2021)	Pemanfaatan Instagram oleh redaksi media lokal Kuninganmass (media siber)	Instagram digunakan untuk distribusi, pengumpulan berita, promosi konten, dan interaksi dengan audiens muda	Objek kajian terbatas pada media siber (online), bukan televisi, dan belum melibatkan dimensi AI
7	Eddyono (2017)	Penggunaan Twitter di ruang redaksi media massa nasional	Media sosial (twitter) hadir di seluruh siklus produksi berita; pencarian isu, peliputan, penyuntingan, hingga distribusi.	Fokus pada media nasional, belum menyentuh televisi lokal. Belum membahas AI.
8	Asih & Eddyono (2025)	Beritabali.com adaptasi produksi berita Beritabali.com (media siber) terhadap logika media sosial dan AI (kerangka <i>deep mediatization</i>)	Media lokal mengadopsi media sosial dan AI secara simultan, melibatkan pekerja magang dengan keterampilan digital.	Fokus pada Media Siber (online), bukan televisi dengan kompleksitas produksi audio visual dan logika penyiaran yang berbeda.
9	Hepp (2026)	Jaringan Hacks/Hackers sebagai penguat visi AI untuk masa depan jurnalisme	Jaringan tersebut mengamplifikasi visi AI sebagai masa depan jurnalisme di tingkat global	Fokus pada tataran diskursif dan aktor jaringan global, belum menyentuh bagaimana visi tersebut diterjemahkan dalam praktik

				redaksi televisi lokal di konteks non- Barat
10	Mubarok, M., & Adnjani, M. D. (2020). Riset ATVLI (2020)	Keberlangsungan Industri TV lokal di Jawa Tengah menuju migrasi penyiaran dari analog ke digital.	Pemerintah tidak mempertimbangkan perspektif penyiar lokal; masalah fundamental seperti keseimbangan penggunaan infrastruktur multipleksing masih tersisa.	Analisis belum menjangkau dampak AI pada newsroom televisi lokal.
11	Hepp (2020) studi empiris <i>Deep Mediatization</i>	<i>Deep Mediatization</i> dan Transformasi Institusi Media	platform digital dan AI membentuk ulang praktik komunikasi organisasi media	Belum ada implementasi empiris pada televisi lokal tingkat kabupaten di Indonesia.
12	Adiprasetyo & Menayang (2019)	Televisi lokal Jawa Pos di Surabaya	Fokus pada ekonomi politik media dan konstruksi pemberitaan pilkada.	Tidak membahas dinamika adaptasi digital, mediatisasi media sosial, maupun adopsi AI di ruang redaksi
13	Iocoste, Goncalves, dan Quadros (2024). “Artificial Intelligence in Journalism : A Ten Year Retrospective “	Kajian konseptual hubungan manusia, mesin dalam produksi berita	Otomatisasi membentuk ulang peran dan hubungan manusia mesin dalam jurnalisme.	Belum menguji hubungan tersebut pada Institusi televisi lokal dengan keterbatasan sumber daya.

Berdasarkan pemetaan literatur, penelitian ini menempatkan kebaruan awal pada kajian proses mediatisasi media sosial dan kecerdasan buatan pada praktik institusional televisi lokal tingkat kabupaten di Indonesia. Perspektif *deep mediatization* digunakan untuk melihat perubahan bukan semata sebagai penggunaan perangkat atau strategi adaptasi, tetapi sebagai proses ketika media sosial, data audiens, dan AI semakin terhubung dengan rutinitas, hubungan kerja, distribusi, evaluasi, serta pengambilan keputusan. SMTV juga menghadirkan konteks empiris yang khas sebagai televisi lokal yang telah mengalami migrasi penyiaran digital namun tetap mempertahankan karakter lokalnya. Pada tahap tinjauan pustaka, kebaruan ini diposisikan sebagai kesenjangan penelitian yang akan diuji secara empiris; kebaruan substantif dirumuskan setelah analisis data pada Bab IV dan ditegaskan kembali pada Bab V.

Berdasarkan pemetaan literatur tersebut, penelitian ini mengklaim kebaruan dari penelitian sebelumnya, yaitu: Pertama, penelitian ini merupakan penelitian yang secara khusus mengkaji proses bagaimana media sosial dan kecerdasan buatan (AI) mem mediatisasi televisi tingkat kabupaten di Indonesia. Selama ini, riset tentang AI dan Jurnalisme lebih banyak berfokus pada media berskala nasional atau global, sementara riset tentang media sosial di ruang redaksi lebih banyak meneliti media online. Kedua, penelitian ini menawarkan perspektif baru dengan teori *deep mediatization* (Hepp, 2020), memungkinkan analisis yang tidak hanya

mendesripsikan proses adaptasi, tetapi juga mengevaluasi implikasinya terhadap media lokal. Ketiga, penelitian ini akan menyajikan kajian mendalam tentang SMTV Sumedang yang memiliki konteks lokal unik sebagai televisi lokal pionir ASO pertama di Jawa barat, berafiliasi dengan Jawa Pos Group, dan beroperasi di daerah penyangga metropolitan Bandung dengan karakteristik demografis dan digital yang khas, sebuah konteks yang belum pernah diteliti dalam kerangka *deep mediatization*.

Penelitian ini berangkat dari perubahan lingkungan media yang membuat televisi lokal tidak lagi beroperasi hanya dalam sistem penyiaran linear. Masyarakat memperoleh dan menyebarkan informasi melalui berbagai platform, sementara distribusi berita semakin terhubung dengan media sosial, data audiens, dan sistem berbasis AI. Kondisi tersebut menempatkan SMTV dalam lingkungan komunikasi yang lebih kompleks dan menjadi konteks bagi berlangsungnya proses mediatisasi.

Perubahan tersebut tidak dipahami sebatas sebagai digitalisasi. Digitalisasi terutama merujuk pada perubahan perangkat, infrastruktur, atau format dari analog menjadi digital. Mediatisasi memiliki cakupan yang lebih dalam karena berkaitan dengan perubahan pola hubungan, rutinitas, pembagian kerja, cara memahami audiens, serta proses pengambilan keputusan ketika media semakin menjadi bagian dari kondisi berlangsungnya praktik institusional.

Dalam kerangka ini, ruang redaksi SMTV dipahami sebagai arena negosiasi antara nilai jurnalistik lokal, karakter media sosial, dan penggunaan

AI. Nilai jurnalistik lokal bertumpu pada verifikasi, akurasi, kepentingan publik, dan kedekatan dengan masyarakat. Media sosial membawa tuntutan kecepatan, keterlihatan, engagement, dan datafikasi audiens. Sementara AI digunakan untuk mendukung efisiensi dan pengolahan awal pada pekerjaan tertentu dan membantu untuk pembuatan konten pada media sosial. Keduanya tidak saling menggantikan, tetapi berinteraksi dan menghasilkan bentuk praktik yang hibrida.

Konsep *refiguration* Hepp (2020) digunakan untuk membaca pembentukan kembali pola komunikasi dan praktik institusional akibat semakin mendalamnya keterhubungan dengan media. Penelitian ini tidak mencari apakah media sosial atau AI menggantikan praktik lama, melainkan menelusuri bagaimana praktik yang telah ada disusun kembali melalui proses penerimaan, penyesuaian, pembatasan, maupun penolakan terhadap unsur tertentu.

Proses mediatisasi dianalisis pada dua level yang saling berhubungan. Pada level institusional, penelitian menelaah perubahan produksi, distribusi, koordinasi, pembagian kerja, penggunaan *analytics*, kompetensi, dan upaya SMTV mempertahankan relevansinya. Pada level praktik jurnalistik, penelitian menelaah bagaimana jurnalis dan redaktur menggunakan media sosial dan AI sejak pemantauan isu, peliputan, penulisan, penyuntingan, publikasi hingga evaluasi. Penggunaan media sosial dan AI oleh jurnalis dan redaktur ditempatkan sebagai bagian dari proses mediatisasi praktik

institusional SMTV. Kedua level tersebut digunakan untuk menjawab dua rumusan masalah penelitian.

Dalam proses tersebut, perhatian utama diarahkan pada negosiasi: kecepatan dengan akurasi; viralitas dengan nilai berita; data audiens dengan kepentingan publik; efisiensi AI dengan tanggung jawab editorial; serta standarisasi format platform dengan konteks dan kedekatan lokal. Negosiasi ini menjadi dasar untuk mengidentifikasi bentuk refigurasi praktik institusional SMTV.

2.2.2 State of the Art : Keterhubungan Media Sosial dan AI

Perkembangan mutakhir memperlihatkan bahwa kajian media sosial dan AI tidak lagi hanya berjalan sebagai dua bidang yang sepenuhnya terpisah. Media sosial berkembang sebagai infrastruktur distribusi, interaksi, rekomendasi, dan pengumpulan data audiens. Pada saat yang sama, AI semakin terintegrasi ke dalam produksi teks dan audiovisual, penyusunan *caption* dan *subtitle*, rekomendasi konten, analisis performa, moderasi, serta otomatisasi distribusi. Hubungan tersebut membuat praktik jurnalisme semakin bergantung pada rangkaian platform, data, dan sistem komputasional.

Kajian Kurnia dkk. (2024) memperlihatkan hubungan antara kerja hibrida, penggunaan *virtual anchor*, dan persoalan etika. Dwihadiah (2024) serta Allaili (2024) menempatkan *virtual anchor* TVOne sebagai objek kajian dari sisi penerimaan dan representasi. Sementara itu, Asih dan Eddyono (2025) menunjukkan bahwa pada media lokal, kebutuhan produksi untuk

media sosial dapat berjalan bersama pemanfaatan AI dan strategi pendapatan. Kajian-kajian tersebut menjadi dasar bahwa media sosial dan AI dapat dianalisis dalam satu lingkungan praktik, meskipun keduanya harus tetap dibedakan secara konseptual.

State of the art penelitian ini berada pada upaya menjelaskan keterhubungan tersebut sebagai proses institusional pada televisi lokal tingkat kabupaten. Penelitian tidak hanya menilai penerimaan AI, tidak hanya mendata penggunaan media sosial, dan tidak hanya mengukur efisiensi. Analisis diarahkan pada perubahan produksi, distribusi, evaluasi, rutinitas, relasi dan pembagian kerja, beban kerja, penggunaan data, kontrol manusia, serta otoritas editorial dalam satu kerangka *deep mediatization*.

Posisi tersebut juga menghadirkan dimensi kritis. Kecepatan tidak selalu sejalan dengan akurasi; viralitas tidak selalu sama dengan kepentingan publik; efisiensi AI dapat disertai waktu pemeriksaan tambahan; data audiens tidak selalu mampu membaca kebutuhan komunitas; dan hasil generik AI dapat menghilangkan konteks lokal. Karena itu, keterhubungan media sosial dan AI dianalisis bersama dengan nilai jurnalistik, *human-in-the-loop*, dan lokalitas.

2.2.3 Pernyataan Kebaruan

Berdasarkan pemetaan literatur tersebut, penelitian ini mengklaim kebaruan dari penelitian sebelumnya, yaitu: Pertama, penelitian ini merupakan penelitian yang secara khusus mengkaji proses bagaimana media

sosial dan kecerdasan buatan (AI) memediatisasi televisi tingkat kabupaten di Indonesia. Selama ini, riset tentang AI dan Jurnalisme lebih banyak berfokus pada media berskala nasional atau global, sementara riset tentang media sosial di ruang redaksi lebih banyak meneliti media online. Kedua, penelitian ini menawarkan perspektif baru dengan teori *deep mediatization* (Hepp, 2020), memungkinkan analisis yang tidak hanya mendeskripsikan proses adaptasi, tetapi juga mengevaluasi implikasinya terhadap media lokal. Ketiga, penelitian ini akan menyajikan kajian mendalam tentang SMTV Sumedang yang memiliki konteks lokal unik sebagai televisi lokal pionir ASO pertama di Jawa barat, berafiliasi dengan Jawa Pos Group, dan beroperasi di daerah penyangga metropolitan Bandung dengan karakteristik demografis dan digital yang khas, sebuah konteks yang belum pernah diteliti dalam kerangka *deep mediatization*.

2.3 Kerangka pemikiran

Penelitian ini berangkat dari ironi sejarah: media lokal yang tumbuh setelah reformasi kini menghadapi tekanan eksistensial akibat dominasi platform digital dan perkembangan kecerdasan buatan. Kajian mengenai keberlangsungan televisi lokal menunjukkan bahwa perubahan teknologi, struktur industri, dan perpindahan khalayak menuntut media lokal menata kembali praktiknya (Setijadi, 2020). GoodStats (2024) mencatat bahwa 57% responden terakhir menonton televisi lokal beberapa bulan sebelumnya, sedangkan Nielsen (2023) melaporkan pertumbuhan kuat belanja iklan digital di Asia. Kondisi tersebut menjadi konteks untuk menelaah

bukan hanya apakah SMTV menggunakan media sosial dan AI, tetapi bagaimana keduanya mengubah praktik institusional dan alasan SMTV berupaya mengikuti perkembangannya.

Di tengah tekanan inilah SMTV menjadi kasus yang menarik untuk dikaji. SMTV tidak serta-merta mati, tetapi juga tidak sepenuhnya bertahan dengan cara-cara lama. Penelitian ini mengajukan dua pertanyaan mendasar: bagaimana media sosial dan AI memediasasi praktik institusional SMTV, termasuk penggunaannya oleh jurnalis dan redaktur dalam rutinitas kerja jurnalistik sehari-hari; serta mengapa SMTV berupaya mengikuti perkembangan media sosial dan AI. Untuk menjawabnya, penelitian ini menggunakan kerangka *deep mediatization* yang dikembangkan oleh Couldry dan Hepp (2017) serta Hepp (2020). Kerangka ini memahami bahwa media tidak hanya mempengaruhi masyarakat, tetapi telah menjadi bagian dari kondisi dasar berbagai praktik sosial dan institusional. Bagi SMTV, kehadiran media sosial dan AI tidak hanya menghadirkan alat baru, melainkan turut mengubah produksi, distribusi, evaluasi, rutinitas, dan hubungan kerja. Dalam kerangka Hepp (2020), perubahan pada kondisi dasar praktik tersebut dibaca melalui *foundational mediatization*.

Disinilah letak kegelisahan teoritis sekaligus alat analisis utama penelitian ini. Ruang redaksi SMTV hari ini adalah arena pertarungan tiga logika yang saling bernegosiasi dan berbenturan. Pertama, logika jurnalistik lokal yang bertumpu pada kedekatan, konteks, dan tanggung jawab sosial terhadap komunitas. Kedua, logika viralitas media sosial yang mengejar atensi, kecepatan, dan keterlibatan (*engagement*) audiens. Ketiga, logika otomatisasi AI yang menawarkan efisiensi,

personalisasi, dan produksi konten masal. Ketiganya tidak sekedar hidup berdampingan, melainkan terus menerus bernegosiasi dan menghasilkan bentuk-bentuk baru yang belum pernah ada sebelumnya.

Konsep *Refiguration* dari Hepp (2020) menjadi kunci untuk memahami proses tersebut. *Refiguration* adalah pembentukan kembali pola pola komunikasi dan praktik sosial yang telah mapan akibat penetrasi infrastruktur digital. Konsep ini penting karena ia menolak narasi sederhana bahwa teknologi baru akan “menggantikan” yang lama. Sebaliknya yang terjadi adalah proses negosiasi terus menerus yang menghasilkan bentuk bentuk hibrida, sebuah campuran antara praktik jurnalistik konvensional dengan logika platform dan otomatisasi AI. Dalam konteks SMTV, *refiguration* inilah yang akan ditelusuri: bagaimana logika logika yang bertarung di negosiasikan, benturan apa yang muncul, dan bentuk hibrida seperti apa yang lahir dari proses tersebut.

Dalam kerangka ini, penelitian tidak hanya memotret strategi adaptasi SMTV secara permukaan, tetapi juga membongkar dinamika internal yang membentuk ulang praktik jurnalisme lokal di era *deep mediatization*. Dua proses yang saling terkait akan menjadi fokus analisis: (1) bagaimana SMTV sebagai organisasi media menyesuaikan cara kerjanya menghadapi dominasi platform media sosial dan AI, termasuk di dalamnya seperti apa jurnalis dan redaktur menggunakan media sosial dan kecerdasan buatan dalam praktek kerja jurnalisme sehari hari.; serta (2) bagaimana pemanfaatan media sosial dan AI oleh SMTV mencerminkan cara masuk logika platform digital ke dalam praktik jurnalisme lokal. Dari sinilah jawaban atas pertanyaan-pertanyaan penelitian akan ditemukan. Transformasi praktik

pemberitaan SMTV, komponen ini merepresentasikan hasil nyata yang dapat diamati secara empiris dari proses mediatisasi yang berlangsung pada dimensi produksi, distribusi, editorial, dan identitas kelembagaan. Transformasi ini tidak terjadi dalam satu dimensi saja, melainkan meliputi beberapa aspek yang mengait satu sama lain.

Dalam dimensi produksi, perubahan yang perlu dikaji mencakup sejauh mana jurnalis SMTV telah mengintegrasikan perangkat AI ke dalam proses penulisan, transkripsi, maupun riset berita; bagaimana standar verifikasi berita disesuaikan dalam situasi di mana informasi sudah lebih dulu tersebar di media sosial sebelum liputan resmi selesai dilakukan; serta apakah terdapat kecenderungan pergeseran dari jurnalisme lapangan yang berbasis reportase langsung menuju praktik yang lebih banyak mengandalkan agregasi dan kurasi konten digital.

Dalam dimensi distribusi, transformasi yang perlu dipetakan mencakup sejauh mana SMTV secara aktif menyebarkan ulang konten siarannya ke berbagai platform seperti YouTube, TikTok, maupun Instagram; bagaimana pertimbangan tentang logika masing-masing platform mempengaruhi keputusan mengenai format konten, termasuk durasi video, gaya penyampaian narasi, hingga penggunaan elemen visual; serta apakah pengelolaan distribusi *multiplatform* ini dijalankan secara terencana dan strategis, ataukah masih bersifat reaktif dan tidak sistematis.

Dalam dimensi editorial, yang menjadi perhatian utama adalah perubahan dalam nilai dan norma jurnalistik yang menjadi landasan pengambilan keputusan pemberitaan. Ini meliputi pertanyaan apakah agenda berita SMTV kini lebih banyak dikendalikan oleh topik yang sedang viral di media sosial dalam proses yang Vargo

et al. (2018) sebut sebagai intermedia agenda setting; apakah tekanan untuk bergerak cepat mengikuti ritme platform telah menggerus komitmen terhadap akurasi dan proses verifikasi; serta bagaimana para jurnalis SMTV memaknai ulang peran profesional mereka di tengah arus perubahan ini.

Dalam dimensi identitas kelembagaan, pertanyaan yang mengemuka adalah bagaimana SMTV berupaya memanfaatkan dan mengembangkan media sosial dan kecerdasan buatan serta mendefinisikan ulang kekhasan dan relevansinya di tengah persaingan yang semakin ketat. Apakah SMTV berhasil bertransisi dari sekadar menyiarkan berita dan informasi menjadi sebuah institusi komunitas yang memiliki fungsi sosial lebih luas, sebagaimana yang oleh Ferrucci dan Vos (2017) diidentifikasi sebagai kunci keberhasilan media lokal dalam menghadapi disrupsi digital.

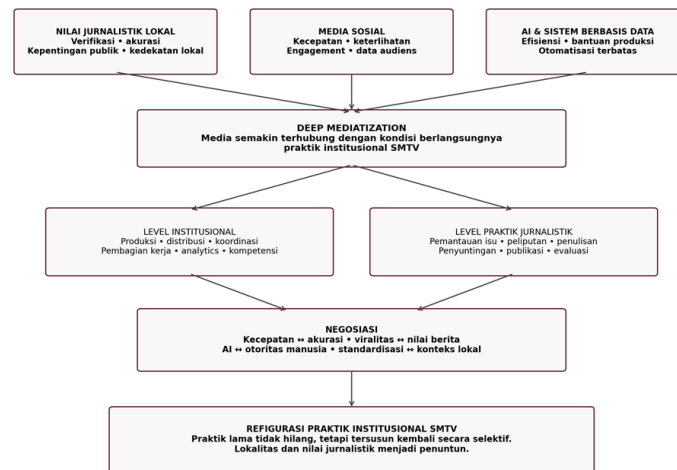
Komponen terakhir ini merupakan muara dari keseluruhan rangkaian proses dalam kerangka penelitian, sekaligus titik di mana penelitian ini menjawab pertanyaan yang paling bermakna secara sosial dan demokratis. Implikasi terhadap ketahanan media lokal dikaji melalui tiga strategi utama yang diidentifikasi Picard (2014). Pertama, diferensiasi konten, yakni apakah media sosial dan kecerdasan buatan mem mediatisasi SMTV agar berhasil memproduksi konten lokal yang bersifat unik dan tidak dapat ditiru atau digantikan oleh platform digital mana pun. Kedua, dari sisi diversifikasi pendapatan, yakni apakah SMTV berhasil mengembangkan pemanfaatan media sosial dan kecerdasan buatan sebagai sumber-sumber pemasukan baru yang tidak lagi bergantung semata pada iklan konvensional. Ketiga, digitalisasi proses produksi, yakni apakah pengadopsian AI

dan platform digital benar-benar meningkatkan efisiensi kerja tanpa mengorbankan mutu hasil jurnanisme. Perlu ditekankan bahwa ketahanan disini tidak semata mata diukur dari keberhasilan bertahan secara finansial, tetapi juga dari kemampuan SMTV mempertahankan kapasitas kelembagaan untuk menjalankan fungsi jurnanisme yang benar-benar bermakna bagi komunitasnya. Implikasi terhadap fungsi jurnanisme komunitas menyentuh pertanyaan yang lebih mendasar tentang posisi sosial SMTV di tengah masyarakat. Ini meliputi pertanyaan apakah berbagai transformasi yang terjadi justru memperkuat atau sebaliknya melemahkan kemampuan SMTV dalam melayani kebutuhan informasi warganya ;apakah pergeseran orientasi ke arah logika platform apa yang oleh Pickard (2020) disebut sebagai *information dessert*, yaitu kondisi dimana segmen-segmen tertentu masyarakat yang tidak terjangkau media sosial kehilangan akses terhadap informasi lokal yang berkualitas; serta apakah jurnanisme lokal SMTV mampu menjalankan tiga fungsi demokratis yang paling mendasar, yaitu jurnanisme komunitas menyentuh pertanyaan yang lebih mendasar pengawasan terhadap kekuasaan (*watchdog*), pemberian orientasi kepada publik, dan penguatan identitas bersama komunitas lokal dalam ekosistem informasi digital yang terus berubah.

Hal yang perlu ditekankan adalah bahwa kerangka alur penelitian ini tidak bekerja sebagai rangkaian sebab akibat yang satu arah dan mekanis. Diantara setiap komponen terdapat hubungan umpan balik yang dinamis dampak yang dialami SMTV pada tahap akhir, misalnya berupa penurunan kepercayaan audiens atau guncangan finansial, akan kembali mempengaruhi cara SMTV memandang dan merespon gelombang tekanan disrupti berikutnya. Demikian pula, berhasil atau

gagalnya transformasi praktik pemberitaan akan membentuk ulang pemahaman institusi tentang cara terbaik untuk menavigasi proses mediatisasi yang terus berlangsung. Dengan demikian, kerangka ini dipahami bukan sebagai diagram alir yang statis, melainkan sebagai gambaran dari sebuah adaptasi yang hidup, dinamis, dan senantiasa berevolusi seiring perkembangan ekosistem media digital.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian



Sumber: Diolah peneliti berdasarkan Couldry & Hepp (2017), Hepp (2020), dan fokus penelitian, 2026.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain dan Pendekatan Penelitian

Penelitian mengoperasikan kerangka analisis mediatisasi pada dua level yang saling berkaitan. Pertama, level institusional untuk menganalisis perubahan produksi, distribusi, koordinasi, pembagian kerja, evaluasi, penggunaan data audiens, pemanfaatan AI, dan pengembangan kompetensi. Kedua, level praktik jurnalistik untuk menganalisis penggunaan media sosial dan AI oleh jurnalis dan redaktur serta bagaimana penggunaannya dinegosiasikan melalui verifikasi, *gatekeeping*, kepentingan publik, dan konteks lokal. Kedua level tersebut secara bersama-sama digunakan untuk menjawab kedua rumusan masalah.

Pendekatan kualitatif sejalan dengan paradigma konstruktivisme yang mendasari penelitian ini. Paradigma konstruktivisme memandang bahwa realitas sosial tidak bersifat tunggal dan objektif, melainkan dikonstruksi secara subjektif melalui pengalaman, interaksi, dan pemaknaan individu-individu di dalamnya (Lincoln & Guba, 1985). Ini selaras dengan konsep *refiguration*; Praktik kerja redaksi SMTV dalam menghadapi media sosial dan AI dipahami sebagai realitas yang dibangun oleh para aktor di dalamnya. Para jurnalis, editor dan manajemen yang secara aktif menegosiasikan, menginterpretasikan, dan memberikan makna terhadap logika logika baru yang didesakkan oleh platform digital dan AI.

Jenis studi kasus yang digunakan adalah studi kasus instrumental (Stake, 1995). Dalam studi kasus instrumental, kasus yang diteliti tidak semata mata menarik karena keunikannya sendiri, melainkan karena kemampuannya

memberikan wawasan tentang isu yang lebih luas. SMTV Sumedang dikaji bukan hanya sebagai entitas yang berdiri sendiri, tetapi sebagai kasus yang merepresentasikan dinamika *deep mediatization* yang dihadapi televisi lokal Indonesia dalam menghadapi disrupsi digital, dengan meneliti SMTV secara mendalam, penelitian ini bertujuan untuk membangun pemahaman yang lebih luas tentang bagaimana proses *deep mediatization* berlangsung pada media lokal di Indonesia, sebuah isu yang masih jarang diteliti.

Pemilihan studi kasus tunggal didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, SMTV memiliki karakteristik unik yang membuatnya layak dijadikan kasus: sebagai televisi lokal pionir Analog switch off (ASO) pertama di Jawa Barat, berafiliasi dengan Jawa Pos Group dan beroperasi di wilayah penyangga metropolitan dengan dinamika audiens yang kompleks, sebagian masih bergantung pada siaran konvensional. Karakteristik ini menjadikan SMTV sebagai “laboratorium alami” untuk mengamati proses *refiguration* yang ditimbulkan oleh *deep mediatization*. Kedua, fokus pada satu kasus memungkinkan kedalaman analisis (*thick description*) yang tidak mungkin dicapai jika meneliti banyak kasus bersamaan (Geertz, 1973). Kompleksitas fenomena *deep mediatization* yang melibatkan interaksi antara logika jurnalistik lokal, logika viralitas media sosial dan logika otomatisasi AI sebagaimana di elaborasi dalam kerangka pemikiran, membutuhkan penggalan data yang intensif dan holistik, yang hanya mungkin dilakukan melalui pendekatan studi kasus. Ketiga, sebagaimana ditegaskan oleh Denzin dan Lincoln (2018), pendekatan dengan studi kasus merupakan pilihan yang

tepat untuk menangkap kompleksitas perubahan institusional yang tidak bisa disederhanakan menjadi angka statistik.

Penelitian ini mengoperasikan kerangka analitis mediatisasi untuk mengurai dua level perubahan: perubahan pada level institusional (bagaimana SMTV sebagai organisasi beradaptasi) dengan tekanan media sosial dan AI, dan perubahan pada level praktik (bagaimana jurnalis dan editor SMTV mengubah cara kerja mereka). Disinilah konsep *refiguration* dari Hepp (2020) akan dioperasionalisasikan secara empiris, untuk melihat bentuk bentuk hibrida seperti apa yang lahir dari proses negosiasi tersebut.

3.2 Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian mencakup: (a) praktek produksi dan distribusi berita SMTV dalam periode 2024-2026 dengan fokus pada perubahan yang terjadi seiring meningkatnya adopsi media sosial dan AI; (b) konten pemberitaan SMTV yang dipublikasikan baik melalui siaran televisi konvensional maupun platform digital; dan (c) kebijakan serta prosedur redaksional SMTV yang berkaitan dengan penggunaan media sosial dan AI.

Subjek penelitian ditetapkan secara *purposive*, mencakup pemimpin redaksi SMTV selaku pengambil kebijakan utama; jurnalis dan editor berita yang mengawal transformasi digital; tim digital yang didalamnya terdiri dari tim medsos dan tim AI yang berpengalaman menggunakan media sosial dan/atau perangkat AI; manajer program dan produksi SMTV; serta akademisi atau pengamat media di Jawa Barat yang memiliki keahlian dalam kajian media digital.

Tabel 3.1 Karakteristik Informan Penelitian

No.	Informan/Jabatan	Keterkaitan dengan Penelitian
1	Annisa Nurul Hamidah - Pemimpin Redaksi	Kebijakan redaksi, penggunaan media sosial dan AI, serta keputusan editorial
2	Usep Adi Wihanda - Jurnalis	Peliputan, penulisan, pemantauan isu, dan penggunaan AI
3	Rahmat Maulana - Editor	Penyuntingan, pemeriksaan materi, distribusi, dan pengawasan hasil AI
4	Ipan Sopiana - Manajer Program	Perencanaan program dan penyesuaian kegiatan program
5	Nida Alpiani - Tim Digital	Pengelolaan media sosial, materi digital, dan <i>analytics</i>
6	Rizki - Tim medsos	
7	Fikri-Tim AI	
8	Encep Dulwahab - Pengamat Media Digital/Akademisi	Pandangan eksternal mengenai televisi lokal, media sosial, AI, dan jurnalistik

Sumber: Diolah peneliti berdasarkan hasil penelitian, 2026

3.3 Sumber Data

3.3.1 Data Primer

Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan delapan informan dan observasi partisipatif terhadap praktik kerja SMTV. Data mencakup pengalaman menggunakan media sosial dan AI, perubahan produksi dan distribusi, pembagian kerja, evaluasi berbasis data, keterbatasan AI, tambahan beban kerja, mekanisme kontrol manusia, serta pertimbangan lokalitas dan nilai jurnalistik.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder meliputi dokumen internal, contoh naskah dan materi kerja, tangkapan layar konten, data *analytics*, jejak publikasi pada media sosial, profil dan arsip institusi, kebijakan penyiaran, laporan industri, serta pustaka akademik. Data sekunder digunakan untuk menguji, melengkapi, atau memberi konteks pada keterangan informan. Dengan demikian, perubahan audiens, distribusi, penggunaan AI, dan evaluasi konten tidak hanya didasarkan pada wawancara.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Wawancara Mendalam

Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur. Pedoman wawancara disusun berdasarkan dua rumusan masalah dan konsep operasional pada Bab II. Pertanyaan mencakup proses penggunaan media sosial dan AI; perubahan rutinitas, relasi, pembagian kerja, beban kerja, evaluasi, serta keputusan editorial; motif adaptasi; keterbatasan AI; bentuk kontrol manusia; dan peran lokalitas. Format semi-terstruktur memberi ruang bagi informan menjelaskan pengalaman yang tidak sepenuhnya diperkirakan dalam pedoman awal.

3.4.2 Observasi Partisipatif

Observasi partisipatif dilakukan terhadap kegiatan kerja yang relevan, antara lain koordinasi, penyusunan dan penyuntingan materi, penggunaan AI, pengemasan konten, distribusi melalui media sosial, pemeriksaan hasil, dan evaluasi performa. Catatan observasi membedakan antara tindakan yang

terlihat, konteks terjadinya tindakan, serta interpretasi awal peneliti. Pemisahan tersebut diperlukan untuk mengurangi pencampuran data dengan penilaian peneliti.

3.4.3 Dokumentasi dan Jejak Digital

Dokumentasi mencakup dokumen kerja, contoh naskah sebelum dan sesudah penggunaan AI, tangkapan layar publikasi, data *analytics*, materi audiovisual, catatan pembagian tugas, dan dokumentasi kegiatan. Jejak digital digunakan untuk memperlihatkan bentuk konten, distribusi *multiplatform*, respons audiens, serta perubahan praktik yang dapat diamati. Data *analytics* tidak diperlakukan sebagai gambaran menyeluruh mengenai audiens, tetapi sebagai salah satu sumber untuk membaca cara SMTV mengevaluasi konten.

3.4.4 Pustaka dan Data Kontekstual

Pustaka digunakan untuk membangun konteks perubahan industri media, konsumsi informasi, televisi lokal, media sosial, dan AI dalam jurnalisme. Sumber pustaka juga digunakan untuk membandingkan pola empiris dengan *deep mediatization*, *foundational mediatization*, refigurasi, praktik hibrida, *human-in-the-loop*, dan kajian lokalitas. Penggunaan pustaka pada tahap analisis memperkuat triangulasi dan mencegah temuan hanya bergantung pada persepsi informan.

3.5 Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, peneliti merupakan instrumen utama yang menentukan fokus, mengumpulkan data, menafsirkan informasi, dan membangun kesimpulan. Instrumen pendukung meliputi pedoman wawancara, lembar observasi,

daftar dokumen, matriks pengumpulan data, perangkat perekam, transkrip, lembar coding, dan memo analitis.

Pedoman wawancara dan observasi disusun dengan mengacu pada konsep Bab II. *Deep mediatization* diarahkan pada kedalaman perubahan hubungan dan praktik; *foundational mediatization* pada bagian pekerjaan yang mulai bergantung pada data dan AI; refigurasi pada perubahan susunan aktor dan pembagian kerja; praktik hibrida pada keberlangsungan praktik lama bersama praktik baru; *human-in-the-loop* pada mekanisme kontrol; serta lokalitas sebagai filter pada seleksi isu dan penyesuaian konteks.

Tabel 3.2 Keterkaitan Rumusan Masalah, Data, dan Analisis

Rumusan Masalah	Sumber Data	Fokus Empiris	Strategi Analisis
Bagaimana media sosial dan AI memediasiasi praktik institusional SMTV?	Wawancara seluruh informan; observasi kerja; dokumen; konten; <i>analytics</i> ; jejak digital.	Produksi, distribusi, evaluasi, rutinitas, relasi, pembagian kerja, beban kerja, kontrol manusia, dan lokalitas.	Coding tematik, <i>pattern matching</i> , refigurasi, praktik hibrida, dan <i>explanation building</i> .
Mengapa SMTV berupaya mengikuti perkembangan media sosial dan AI?	Wawancara pimpinan, program, pekerja, akademisi; data industri; pustaka; dokumen institusi.	Perubahan audiens, kecepatan, persaingan, SDM, ekonomi, pasar iklan, regulasi, dan relevansi.	Coding motif/konteks, triangulasi data, <i>pattern matching</i> , dan <i>explanation building</i> .

Sumber: Diolah peneliti, 2026.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data mengacu pada prosedur analisis studi kasus (Yin, 2018) yang dipadukan dengan analisis tematik (Braun & Clarke, 2006). Proses analisis dilakukan melalui empat tahapan. Pertama, pengkodean terbuka (*open coding*)

terhadap seluruh transkrip wawancara dan catatan observasi guna mengidentifikasi tema-tema awal. Kedua, analisis mediatisasi dengan mengidentifikasi indikator-indikator mediatisasi, yakni perubahan logika, rutinitas, dan nilai yang dipengaruhi oleh platform digital dan AI, dalam data yang telah dikodifikasi. Ketiga, *pattern matching*, yakni membandingkan pola empiris yang ditemukan dengan pola yang diprediksi oleh teori mediatisasi (Hjarvard, 2013; Couldry & Hepp, 2017). Keempat, *explanation building* yaitu membangun narasi kausal yang menjelaskan bagaimana dan mengapa SMTV mengalami proses mediatisasi tertentu dalam menghadapi tekanan media sosial dan AI.

3.7 Triangulasi dan Keabsahan Data

Untuk menjamin keabsahan temuan penelitian, penelitian ini menerapkan prinsip *trustworthiness* sebagaimana dikemukakan oleh Lincoln dan Guba (1985). Sejalan dengan pendekatan studi kasus yang digunakan, proses verifikasi data dilakukan melalui triangulasi dan *member checking* sebagaimana dianjurkan oleh Stake (1995). Pertama, triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai informan yang memiliki posisi dan pengalaman berbeda di lingkungan SMTV, meliputi pimpinan redaksi, editor, reporter/jurnalis, tim media digital, dan pihak eksternal yang memahami perkembangan media lokal. Perbandingan berbagai perspektif ini memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai proses mediatisasi media sosial dan AI di SMTV. Kedua, triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh melalui wawancara mendalam,

observasi partisipatif, dan analisis dokumen. Penggunaan beberapa metode pengumpulan data memungkinkan peneliti memverifikasi konsistensi informasi sekaligus menangkap fenomena dari berbagai sudut pandang. Ketiga, triangulasi teori dilakukan dengan menganalisis data menggunakan teori *Deep Mediatization* (Hepp, 2020) sebagai perspektif utama. Pendekatan ini memungkinkan interpretasi yang lebih mendalam terhadap transformasi praktik jurnalistik yang terjadi di SMTV. Keempat, untuk meminimalkan subjektivitas peneliti, dilakukan *peer debriefing* melalui diskusi berkala dengan dosen pembimbing dan rekan sejawat yang memahami metodologi penelitian kualitatif.

Proses ini bertujuan menguji konsistensi interpretasi serta mengidentifikasi kemungkinan bias dalam proses analisis data. Selain itu, penelitian ini menerapkan *member checking* dengan cara mengkonfirmasi kembali hasil interpretasi sementara kepada informan kunci, terutama pimpinan redaksi, editor, dan pengelola media digital SMTV. Langkah ini dilakukan untuk memastikan bahwa interpretasi yang dibangun peneliti sesuai dengan pengalaman dan realitas yang dipahami oleh para informan. Melalui penerapan triangulasi, *peer debriefing*, dan *member checking* tersebut, penelitian ini berupaya memenuhi standar kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas sehingga temuan penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

3.7.1 Triangulasi Sumber dan Metode

Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan keterangan informan dari posisi yang berbeda. Pernyataan pimpinan mengenai kebijakan

dibandingkan dengan pengalaman jurnalis, editor, tim digital, tim media sosial, tim AI, manajer program, dan pandangan akademisi. Perbedaan tidak dihapus, tetapi digunakan untuk memahami variasi kepentingan dan pengalaman.

Triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan wawancara, observasi, dokumen internal, jejak digital, *analytics*, dan pustaka. Sebagai contoh, klaim perluasan distribusi diperiksa melalui publikasi digital; klaim penggunaan *analytics* diperiksa melalui data atau tampilan performa; dan klaim penggunaan AI dibandingkan dengan contoh hasil kerja serta proses pemeriksaannya.

3.7.2 Member Checking dan Peer Debriefing

Member checking dilakukan dengan mengonfirmasi fakta, konteks, serta interpretasi sementara kepada informan kunci. *Peer debriefing* dilakukan melalui diskusi dengan dosen pembimbing atau sejawat yang memahami penelitian kualitatif. Kedua langkah tersebut digunakan untuk menguji apakah penjelasan peneliti memiliki dasar data yang memadai dan tidak hanya mencerminkan pandangan peneliti.

3.7.3 Trustworthiness

Kredibilitas dijaga melalui triangulasi, keterlibatan peneliti di lapangan, pemeriksaan kasus negatif, dan *member checking*. Transferabilitas didukung melalui *thick description* mengenai konteks SMTV, praktik kerja, sumber daya, dan periode penelitian. Dependabilitas dijaga melalui pedoman wawancara, matriks data, catatan coding, memo analitis, dan audit trail.

Konfirmabilitas diperkuat dengan menunjukkan hubungan antara kutipan, observasi, dokumen, kode, tema, serta kesimpulan (Lincoln & Guba, 1985).

Teori Hepp digunakan sebagai kerangka utama, sedangkan kajian *gatekeeping*, *human-in-the-loop*, dan jurnalisme lokal digunakan sebagai konsep pendukung. Penggunaan beberapa konsep tersebut tidak dimaksudkan untuk mengalihkan fokus teori, tetapi untuk menguji konsistensi interpretasi pada bagian data tertentu.

3.8 Posisi Peneliti dan Refleksivitas

Peneliti merupakan bagian dari SMTV sehingga memiliki akses terhadap praktik, dokumen, dan interaksi yang sulit diperoleh peneliti dari luar. Posisi tersebut memberi keuntungan berupa pemahaman konteks dan kedalaman observasi, tetapi juga menimbulkan risiko bias, relasi kuasa, asumsi yang dianggap sudah diketahui, serta kecenderungan melihat praktik organisasi secara terlalu positif.

Risiko tersebut dikelola melalui beberapa langkah. Peneliti membedakan catatan deskriptif dengan memo interpretatif; membandingkan keterangan antar informan; menggunakan dokumen, jejak digital, *analytics*, dan pustaka; mempertahankan data yang berlawanan dengan dugaan awal; melakukan *member checking* dan *peer debriefing*; serta menyimpan audit trail keputusan coding. Pada saat wawancara, informan diberi ruang untuk menyampaikan pengalaman, keberatan, dan penilaian kritis terhadap penggunaan media sosial dan AI.

Refleksivitas tidak dimaksudkan untuk menghilangkan seluruh subjektivitas, karena penelitian kualitatif mengakui keterlibatan peneliti dalam pembentukan

pengetahuan. Tujuannya adalah membuat posisi, mengurangi potensi kemungkinan bias, dan agar langkah pengendaliannya dapat diperiksa secara terbuka.

3.9 Etika Penelitian

Penelitian memperhatikan persetujuan informan, tujuan penggunaan data, ketepatan pengutipan, serta perlindungan terhadap informasi yang bersifat internal. Data yang ditampilkan dipilih berdasarkan relevansinya terhadap fokus penelitian. Dokumen kerja dan data *analytics* digunakan secara proporsional agar tidak membuka informasi operasional yang tidak diperlukan. Keluaran AI yang menjadi data penelitian tidak diperlakukan sebagai sumber fakta tanpa pemeriksaan. Peneliti menilai konteks penggunaannya, tahapan pemeriksaan manusia, dan keputusan akhir redaksi. Prinsip tersebut sejalan dengan fokus penelitian yang menempatkan tanggung jawab jurnalistik dan otoritas editorial pada manusia.