

**PEMANFAATAN PRESENTER AI DALAM PENYAMPAIAN  
BERITA DAN INFORMASI PADA AKUN INSTAGRAM  
@TVONE.AI**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**JODI SETIAWAN  
208530029**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2025**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 28/7/25

Access From (repository.uma.ac.id)28/7/25

**PEMANFAATAN PRESENTER AI DALAM PENYAMPAIAN  
BERITA DAN INFORMASI PADA AKUN INSTAGRAM  
@TVONE.AI**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Medan Area

**OLEH:**

**JODI SETIAWAN  
208530029**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 28/7/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

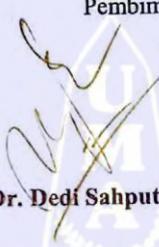
Access From (repository.uma.ac.id)28/7/25

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pemanfaatan Presenter AI Dalam Penyampaian Berita dan Informasi Pada Akun Instagram @Tvone.ai  
Nama : Jodi Setiawan  
Npm : 208530029  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

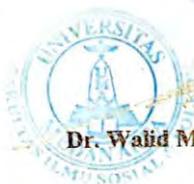
Disetujui Oleh

Pembimbing

  
**Dr. Dedi Sahputra, S.Sos, M.A**

Dekan Fakultas Isipol

Kaprodi Ilmu Komunikasi



  
**Dr. Walid Musthafa S, S.Sos, M.IP**

  
**Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, M.AP**

Tanggal Lulus: 17 Maret 2025

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Jodi Setiawan  
Npm : 208530029  
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 05 Juli 2002  
Alamat : Jl. Pukat V Gg. Seri No. 31C

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pemanfaatan Presenter AI Dalam Penyampaian Berita dan Informasi Pada Akun Instagram @Tvone.ai”** adalah hasil karya saya sendiri. Semua sumber di dalam skripsi ini baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya cantumkan sumbernya dengan benar. Apabila di kemudian hari saya terbukti melakukan plagiatisme, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya termasuk pencabutan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi yang sudah saya dapatkan.

Medan, 17 Maret 2025



Jodi Setiawan

208530029

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai Civitas Akademik Universitas Medan Area, saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Jodi Setiawan  
Npm : 208530093  
Program Studi : Ilmu komunikasi  
Fakultas : Ilmu sosial dan Ilmu politik  
Jenis Karya : Skripsi

Demi Pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: "Pemanfaatan Presenter AI Dalam Penyampaian Berita dan Informasi Pada Akun Instagram @Tvone.ai" beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih, merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 17 Maret 2025

Yang Menyatakan



**Jodi Setiawan**

**208530029**

## ABSTRAK

Teknologi *Artificial Intelligence* (AI) telah mengubah banyak hal, seperti industri media dan penyiaran. Penggunaan presenter berbasis kecerdasan buatan dalam penyampaian informasi dan berita secara digital adalah salah satu inovasi terbaru. Presenter berbasis kecerdasan buatan memungkinkan media untuk menyampaikan berita secara cepat, efisien, dan tanpa batasan waktu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pemanfaatan kecerdasan buatan dalam penyajian berita pada akun Instagram @TvOne.ai serta menilai respons dan kepuasan audiens terhadap penggunaannya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung terhadap konten Instagram @TvOne.ai serta wawancara dengan pengikut akun tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan presenter AI memberikan berbagai manfaat, di antaranya efisiensi waktu, kecepatan dalam menyampaikan berita, dan kemampuan beroperasi selama 24 jam tanpa henti. Selain itu, presenter AI mampu menarik perhatian audiens dengan tampilan visual yang inovatif dan interaksi yang lebih responsif dibandingkan dengan format berita konvensional. Namun, penelitian ini juga menemukan beberapa tantangan, seperti bahwa presenter AI tidak memiliki ekspresi emosional dan interaksi yang lebih personal dibandingkan dengan presenter manusia, yang dapat berdampak pada tingkat keterlibatan audiens. Dengan demikian, pengembangan lebih lanjut diperlukan untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan membangun interaksi yang lebih mendalam dengan audiens, meskipun presenter AI memiliki potensi besar untuk mendukung sistem penyiaran berita digital. Inovasi di bidang presenter AI diharapkan dapat terus lebih jauh berkembang dan menjadi bagian penting dari industri media di masa depan.

**Kata Kunci:** Instagram, Komunikasi, Media Sosial, Presenter AI

### ABSTRACT

*Artificial Intelligence (AI) technology has transformed many fields, including the media and broadcasting industries. The use of AI-based presenters in delivering digital information and news is one of the latest innovations. AI-based presenters enable media to deliver news quickly, efficiently, and without time constraints. The purpose of this research was to analyze the use of artificial intelligence in news presentation on the Instagram account @TvOne.ai and to assess audience response and satisfaction with its use. This research used a qualitative descriptive method with data collection techniques through direct observation of @TvOne.ai Instagram content and interviews with followers of the account. The results of the research showed that the use of AI presenters provided various benefits, including time efficiency, speed in delivering news, and the ability to operate 24/7. In addition, AI presenters were able to attract audience attention with innovative visual appearances and more responsive interactions compared to conventional news formats. However, this research also found some challenges, such as the lack of emotional expression and personal interaction in AI presenters compared to human presenters, which could affect audience engagement. Thus, further development is needed to improve user experience and build deeper interaction with the audience, although AI presenters have great potential to support digital news broadcasting systems. Innovation in the AI presenter field is expected to continue to grow and become an important part of the media industry in the future.*

**Keywords:** *Instagram, Communication, Social Media, AI Presenter*



## RIWAYAT HIDUP



Jodi Setiawan, atau biasa orang menyapa dengan kata “jodi” lahir di Medan 05 juli 2002. Penulis merupakan anak pertama dari bapak Alm. Suwari dan Ibu Rosmawaty. Penulis menempuh Pendidikan dasar di SD Islam Azizi pada tahun 2008-2014, SMP Negeri 27 Medan tahun 2014-2017, SMK Negeri 1 Medan Jurusan Administrasi Perkantoran 2017-2020 serta mengikuti magang dari sekolah selama 3 bulan di salah satu instansi pemerintah (Bappeda Provsu) pada tahun 2019. Selanjutnya penulis melanjutkan Pendidikan di salah satu perguruan tinggi Universitas Medan Area di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Program Studi Ilmu Komunikasi (2020-2025/Lulus). Selain berkuliah, penulis juga bekerja sampingan menjadi driver gojek di salah satu Start-up Unicorn terbesar di Indonesia bidang layanan on-demand yang meliputi transportasi, pengiriman makanan, logistik, dan berbagai layanan lainnya yang sudah berkembang di berbagai negara lainnya seperti, Vietnam, Singapura, dan Thailand. Tak hanya itu, penulis juga bekerja secara Freelance disalah satu bagian lighting panggung di medan bersama abang sepupu dan juga membantu orangtua dalam berjualan warung nasi. Dengan rasa semangat dan niat yang besar dalam mencapai cita-cita, penulis berharap suatu saat nanti penulis bisa menjadi seorang yang baik dari segi prilaku maupun akhlaknya supaya berguna untuk banyak orang dan berguna buat bangsa dan negara.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa atas seluruh nikmat dan karunianya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dari awal pembuatan sampai selesai yang berjudul **“Pemanfaatan Presenter AI Dalam Penyampaian Beritadan Informasi Pada Akun Instagram @TvOne.ai”** skripsi ini penulis buat dalam rangka untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

Dalam menyelesaikan studi dan tugas akhir skripsi ini, penulis banyak mendapatkan berbagai macam bantuan baik dari pembelajaran, arahan serta bimbingan langsung dari dosen pembimbing dan berbagai pihak yang bersangkutan kepada penulis. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang penulis sampaikan dalam skripsi ini masih ada kekurangannya. Hal ini karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan ilmiah penulis, sehingga dengan kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kesempurnaan skripsi ini.

1. Kedua orang tua penulis yaitu ayah Alm. Suwari dan ibu Rosmawaty serta adik yang telah memberikan segala kasih sayang, dukungan, serta doa restu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik baiknya.
2. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M. Eng, M.Sc, selaku Rektor Universitas Medan Area.

3. Bapak Dr. Walid Musthafa, S.Sos, M.IP, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
4. Bapak Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, MAP, selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
5. Bapak Dr. Dedi Sahputra, MA, selaku Dosen pembimbing penulis yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan serta masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik serta semua staf administrasi dan jajaran Universitas Medan Area.
7. Para Pegawai Tata Usaha Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah banyak membantu penulis dalam mempermudah pengurusan berkas mulai dari seminar proposal, seminar hasil dan sampai sidang skripsi terlaksanakan.
8. Kepada kekasih penulis Fionna Salsabila Harahap S.Pd yang telah membantu, mendukung, memberikan semangat, serta memberikan masukan, ide dan motivasi kepada penulis dalam mengerjakan skripsi sampai terselesaikannya skripsi ini.
9. Kepada Teman sekelas penulis yaitu Heru Sugama, Frans Maichel Samosir, Frances Aditya Ginting dan Aidil Pratama yang menjadi teman seperjuangan selama mengerjakan skripsi dan memberikan dukungan dan semangat sampai selesai.

10. Kepada seluruh teman-teman seangkatan yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu persatu yang sama-sama berjuang untuk menyelesaikan skripsi sampai selesai.
11. Kepada sepupu penulis yaitu, Reno Febrian dan Indra Lufmana yang terus memberikan dukungan dan semangat kepada saya sampai terelesaikannya skripsi ini.
12. Kepada seluruh informan yang sudah bersedia menjadi narasumber penulis selama masa penelitian sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Dengan kerendahan hati yang paling dalam, penulis mengucapkan ribuan terima kasih pada semua yang telah memberikan dukungan dan masukan kepada saya, dan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu saya mohon maaf. Tiada kata yang lebih indah dan bermakna selain ucapan terima kasih yang tulus penulis berikan kepada semuanya yang ada diatas.

Penulis menyadari bahwa skripsi masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna dikarenakan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu penulis memohon untuk saran dan kritikan untuk membangun agar kedepannya lebih baik lagi, Akhir kata, penulis berharap dikemudian hari skripsi dapat bermanfaat bagi kita semua maupun pihak lain.

Medan, 17 Februari 2025

Penulis,

Jodi Setiawan

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1. Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
2.1 Komunikasi .....	6
2.1.1 Pengertian Komunikasi .....	6
2.2 Komunikasi Massa .....	7
2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa.....	7
2.2.2 Ciri-ciri Komunikasi Massa.....	7
2.2.3 Fungsi Komunikasi Massa .....	8
2.2.4 Efek Komunikasi Massa.....	9
2.2.5 Elemen-elemen Komunikasi Massa.....	10
2.3 Media Sosial.....	12
2.3.1 Pengertian Media Sosial .....	12
2.3.2 Karakteristik Media Sosial .....	13
2.3.3 Macam-macam Media Sosial .....	14
2.3.4 Instagram .....	15
2.4 Industri Televisi.....	17
2.4.1 Pengertian Televisi.....	17
2.4.2 Jenis – jenis Televisi .....	18
2.4.3 Karakteristik Televisi .....	18
2.4.4 Dampak Televisi .....	20

2.5 Presenter.....	21
2.5.1 Pengertian Presenter.....	21
2.5.2 Jenis - jenis Presenter .....	22
2.5.3 Presenter AI .....	22
2.6 <i>Artificial Intelegence</i> .....	23
2.6.1 Manfaat <i>Artificial Intelegence</i> .....	24
2.7 Teori <i>New Media</i> (Media Baru) .....	24
2.8 Penelitian Terdahulu.....	26
2.9 Kerangka Berfikir.....	30
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN.....</b>	<b>32</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	32
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	32
3.2.1 Waktu Penelitian.....	33
3.3 Sumber Data.....	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.5 Informan Penelitian .....	35
3.6 Teknik Analisis Data .....	35
3.7 Uji Keabsahan Data.....	37
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....</b>	<b>38</b>
4.1 Gambaran Umum .....	38
4.1.1 Sejarah TvOne .....	38
4.1.2 TvOne AI.....	40
4.2 Observasi.....	42
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian.....	48
4.4 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	49
4.5 Pembahasan.....	62
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1 KESIMPULAN .....	67
5.2 SARAN.....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>72</b>

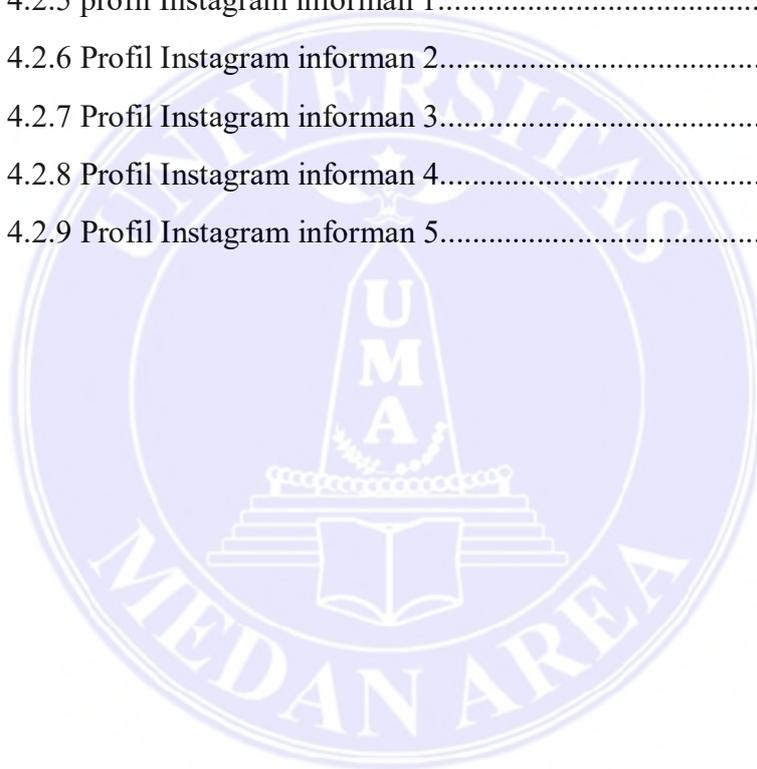
## DAFTAR TABEL

Tabel 2.8.1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 2.9 1 kerangka berfikir.....	30
Tabel 3.2.1 Waktu Penelitian.....	33



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1.1 Logo TVone.....	38
Gambar 4.1.2 Logo Tvone.ai.....	40
Gambar 4.1.3 Presenter baru tvone.ai.....	41
Gambar 4.2.1 Profil Instagram.....	42
Gambar 4.2.2 Konten informasi tvone.ai.....	43
Gambar 4.2.3 Presenter ai Nadira.....	43
Gamabr 4.2.4 Kementar netizen.....	44
Gambar 4.2.5 profil Instagram informan 1.....	46
Gambar 4.2.6 Profil Instagram informan 2.....	46
Gambar 4.2.7 Profil Instagram informan 3.....	47
Gambar 4.2.8 Profil Instagram informan 4.....	47
Gambar 4.2.9 Profil Instagram informan 5.....	48



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*) telah membawa perubahan besar bagi berbagai aspek kehidupan, termasuk pada industri media maupun penyiaran. Salah satu gebrakan dan inovasi terbaru dalam dunia penyiaran ialah penggunaan presenter berbasis AI atau Avatar 3D yang mampu menyampaikan berita dan informasi secara otomatis serta cepat tanpa melibatkan manusia secara langsung. Teknologi AI ini mulai diterapkan oleh berbagai media, termasuk salah satunya di Indonesia, yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, kecepatan penyampaian berita, dan daya tarik visual dalam platform digital.

Media sosial telah berkembang menjadi sumber penting bagi masyarakat untuk mendapatkan berita dan informasi di era digital saat ini. Instagram adalah salah satu platform yang banyak digunakan, yang memungkinkan penyebaran berita dalam bentuk visual yang menarik melalui fitur video dan gambarnya. Akun Instagram @TvOne.ai merupakan salah satu pelopor di Indonesia dalam pemanfaatan presenter AI untuk memberikan berita secara digital. Dengan menghadirkan presenter virtual, akun ini berupaya memberikan pengalaman terbaru bagi pengguna dalam mengakses berita yang cepat, interaktif, dan terupdate selama 24 jam tanpa henti.

Menurut Jeffry dan Syahrul (2020) AI merupakan suatu Ilmu komputer yang mempelajari dan memahami tentang kemampuan komputer dalam

memahami, meniru serta mengikutirahkan perintah yang diberikan manusia. Hal ini memungkinkan teknologi kecerdasan buatan dapat pengambilan keputusan yang lebih baik dan lebih cepat.

Namun, ada banyak perdebatan tentang kehadiran AI dalam berita. Di satu sisi, AI dapat menyampaikan berita lebih cepat, mengurangi kesalahan manusia, dan menyampaikan konten secara konsisten. Namun, di sisi lain, terdapat tantangan seperti kurangnya ekspresi emosional, kurangnya interaksi personal dengan audiens, serta potensi hilangnya pekerjaan bagi presenter manusia. Selain itu, tingkat kepercayaan dan penerimaan audiens terhadap presenter AI juga harus diteliti karena masyarakat masih terbiasa dengan presenter manusia yang memiliki keterampilan komunikasi dan empati yang lebih baik.

Menurut (Syaifudin, 2008) Kehadiran internet di Indonesia bias dikatakan terlambat. Akan tetapi bias dikatakan sangat cepat perkembangannya. Dari hasil data situs internet world Stats, jumlah pengguna internet di Indonesia sudah mencapai sebanyak 25 juta pengguna pada tahun 2008. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membawa tren baru di industri televisi saat ini. Media televisi kini tidak lagi hanya bersifat konvensional melainkan berbasis online. Kehadiran teknologi telah merubah dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas bisnis.

Presenter AI telah menjadi pusat perhatian karena mampu menggabungkan kecanggihan teknologi AI dengan kemampuan menyampaikan berita secara menarik dan informatif. Pemanfaatan pada presenter AI tidak hanya mengubah cara berita disampaikan, tetapi juga membuka peluang baru dalam menciptakan

pengalaman menonton yang lebih interaktif dan personal. Dengan melihat bagaimana presenter AI menyampaikan berita, kita dapat mengetahui bagaimana teknologi ini dapat meningkatkan daya tarik pemirsa dalam menerima informasi serta memahami bagaimana pemirsa merespons dan berinteraksi dengan kehadiran AI di media sosial.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan presenter AI dalam penyampaian berita dan informasi pada akun Instagram @TvOne.ai. Dengan demikian melalui penelitian ini, diharapkan dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana AI digunakan untuk menyampaikan berita di media sosial, bagaimana audiens meresponsnya, dan sejauh mana kepuasan dan kepercayaan pengguna terhadap berita yang disampaikan oleh teknologi ini.

Presenter AI diharapkan dapat memberikan pesan beritanya yang positif kepada pengguna media sosial dalam menerima informasi dan pesan melalui smartphone. Penggunaan AI dalam media penyiaran semakin populer dengan perkembangan teknologi. Dengan penjelasan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pemanfaatan Presenter AI Dalam Penyampaian Berita dan Informasi Pada Akun Instagram @TvOne.ai”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pemanfaatan dalam penyampaian berita dan informasi pada presenter @TvOne.ai?
2. Bagaimana kepuasan audines terhadap berita dan informasi yang disampaikan oleh presenter @TvOne.ai?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan Penelitian ini dibuat sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan dalam penyampaian berita dan informasi pada presenter @TvOne.ai?
2. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan audines terhadap berita dan informasi yang disampaikan oleh presenter @TvOne.ai?

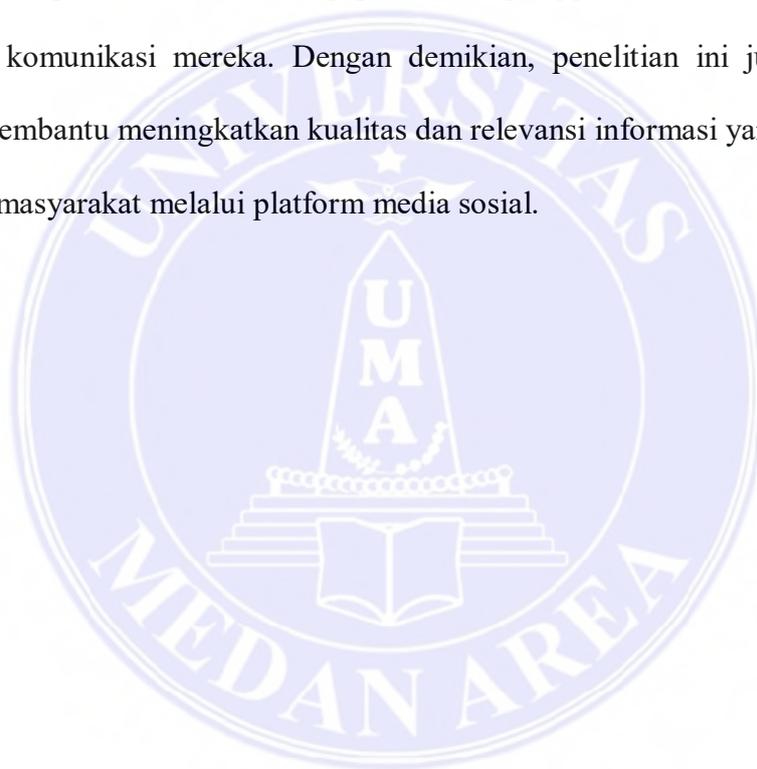
### 1.4 Manfaat Penelitian

#### 1. Manfaat teoritis

Dari manfaat teoritis, penelitian ini diharapkan membantu mengembangkan teori komunikasi, khususnya tentang cara AI digunakan untuk menyebarkan berita dan informasi. Dengan mempelajari penggunaan presenter AI di platform media sosial seperti Instagram, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana AI dapat memengaruhi cara masyarakat berkomunikasi dan mendapatkan informasi. Selain itu, diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan wawasan baru tentang bagaimana interaksi manusia-teknologi dalam penyiaran berita.

## 2. Manfaat praktis

Melalui penelitian ini diharapkan juga memiliki manfaat praktis yang signifikan, terutama bagi industri media dan komunikasi. Dengan memahami potensi pemanfaatan presenter AI dalam menyampaikan berita dan informasi, platform media seperti @TvOne.ai dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam menyajikan konten kepada pengguna. Selain itu, Penelitian ini juga dapat membantu praktisi media mengoptimalkan penggunaan teknologi AI dalam strategi komunikasi mereka. Dengan demikian, penelitian ini juga diharapkan dapat membantu meningkatkan kualitas dan relevansi informasi yang disampaikan kepada masyarakat melalui platform media sosial.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Komunikasi

##### 2.1.1 Pengertian Komunikasi

Menurut Roudhonah dalam buku ilmu komunikasi, etimologi (bahasa) dan terminologi (istilah) membentuk definisi komunikasi. Dari sudut etimologi, kata-kata ini dibagi menjadi beberapa kata, salah satunya adalah "communicare, yang berarti berpartisipasi atau member tahukan, Communis opinion, yang berarti pendapat umum. komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain dalam kehidupan sehari-hari mereka di rumah, di tempat kerja, di pasar, di komunitas, atau di mana saja mereka berada. Semua orang akan terlibat dalam komunikasi. Komunikasi sangat penting bagi kehidupan manusia. Berkembangnya pengetahuan manusia dari hari ke hari karena komunikasi. Komunikasi dan masyarakat adalah sistem sosial yang saling membutuhkan satu sama lain (AB dkk., 2022).

Sedangkan secara "terminologi" Menurut Forsdale, "komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain". Banyak ahli mencoba mendefinisikan ini, termasuk Hovland, Janis, dan Kelley. Laswell menyatakan bahwa "komunikasi itu merupakan jawaban terhadap siapa yang mengatakan apa dalam media apa kepada siapa dengan efeknya". Menurut John B. Hoben, "Komunikasi adalah pertukaran verbal pikiran atau gagasan" (AB dkk., 2022).

## 2.2 Komunikasi Massa

### 2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa terdiri dari dua kata yakni; komunikasi dan massa. Banyak ahli membahas definisi dan pengertian komunikasi. Salah satu teori yang diajukan oleh Wilbur Schramm adalah bahwa kata latin "communis", yang juga berarti "sama" (sama). dengan demikian jika kita berkomunikasi maka kita harus mewujudkan persamaan antara kita dengan orang lain. Sebagaimana dikatakan oleh P.J. Bouman, istilah "massa" kadang-kadang digunakan untuk menunjukkan sejumlah besar orang, atau bahkan jumlah pendengar yang luas. Namun, tidak ada organisasi, tetapi ada persamaan jiwa dan ikatan (Kustiawan dkk., 2022).

Menurut Defleur serta MeQuail, komunikasi massa ialah suatu proses dimana komunikator memakai media buat menyebarkan pesan-pesan secara luas, dan secara terus menerus membangun makna-makna yang diperlukan bisa mempengaruhi khlayak-khalayak yang besar serta tidak sama dengan melalui berbagai cara (Kustiawan dkk., 2022).

### 2.2.2 Ciri-ciri Komunikasi Massa

Komunikasi massa bersifat satu arah, artinya tidak ada dialog antara komunikator dan komunikan karena mereka tidak bertatap muka. Dibandingkan dengan jenis komunikasi lainnya, proses komunikasi massa lebih kompleks. Sangat sulit untuk menentukan siapa yang membuat pesan media massa dan siapa yang bertanggung jawab untuk menanganinya. Komunikasi massa juga memiliki ciri yaitu komunikasi yang bersifat awam. sesuai dengan namanya, komunikasi

massa, yang berarti jenis komunikasi yang dilakukan atau ditujukan kepada khalayak banyak, masyarakat awam secara luas (Kustiawan dkk., 2022).

### 2.2.3 Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa atau media massa mempunyai peran yang penting pada perkembangan kehidupan masyarakat. Dalam hal ini, komunikasi massa memiliki fungsi bagi masyarakat.

#### 1. Pengawasan

Fungsi supervisi komunikasi massa dibagi pada bentuk utama :

- a. Peringatan pengawasan peringatan, atau pengawasan peringatan, terjadi ketika media melaporkan ancaman.
- b. Pengawasan instrumental, atau pengawasan instrumental, adalah penyebaran atau penyampaian informasi yang bermanfaat atau bermanfaat bagi penonton untuk membantu mereka dalam kehidupan sehari-hari.

#### 2. Interpretation (Penafsiran)

Media massa tidak hanya memberikan fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran tentang peristiwa penting. Tujuan penafsiran adalah untuk mengajak pembaca atau pemirsa untuk memperluas pengetahuan mereka dan berbicara tentang masalah tersebut lebih lanjut.

#### 3. Linkage (Pertalian)

Media massa bisa menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk linkadge (pertalian) berdasarkan kepentingan dan niat yang

sama tentang sesuatu. kelompok-kelompok yang mempunyai kepentingan yg sama namun terpisah secara geografis dipertalikan atau dihubungkan media.

#### 4. *Transmission of Values* (Penyebaran Nilai-nilai)

Fungsi ini juga disebut sosialisasi. sosialisasi mengarah pada cara, dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca. Media massa menunjukkan kepada khalayak bagaimana mereka bertindak dan apa yang diperlukan mereka. menggunakan perkataan lain, media mewakili kita menggunakan model peran yang kita amati serta harapkan untuk menirunya.

#### 5. *Entertainment*

Hampir semua media menjalankan fungsi hiburan. Fungsi dari media massa berfungsi sebagai menghibur tiada lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan membaca berita-berita ringan atau melihat tayangan hiburan pada televise dapat membuat pikiran khalayak menjadi segar kembali(Kustiawan et al., 2022).

### 2.2.4 Efek Komunikasi Massa

Sebagaimana dikemukakan Keith R. Stamm & Jhon E. Bowes, Efek komunikasi massa dapat diartikan sebagai perubahan perilaku insan setelah diterpa pesan media massa.

Efek komunikasi massa dibedakan menjadi 2 jenis yaitu :

#### a. Efek Utama

Efek utama yang terdiri atas terpaan, perhatian, serta pemahaman, sangat terkait menggunakan:

1. Media massa dan pesan yang disampaikan
2. Terpaan media massa yg mengenai audiences
3. Ketika menyampaikan program acara yang disiarkan televisive

b. Efek Skunder

Efek sekunder yang terdiri atas perubahan tingkat ognitif, dan perubahan sikap bisa dijelaskan bahwa:

1. Efek ini lebig mendeskripsikan empiris kongkret yang terjadi pada masyarakat.
2. *Uses and gratification* merupakan salah satu bentuk efek sekunder terkait dengan pengukuran taraf kegunaan dan kepuasan audience dalam memanfaatkan media massa.
3. Fokus utama efek ini adalah tak hanya bagaimana media memengaruhi audience, namun bagaimana audience mereaksi pesan- pesan media.

### 2.2.5 Elemen-elemen Komunikasi Massa

Komunikasi dalam komunikasi massa juga berlaku untuk komunikasi secara umum. Secara ringkas proses sederhana komunikasi meliputi komunikator mengirimkan pesan melalui saluran kepada komunikan. Perbedaan antara komunikasi massa dan komunikasi biasanya lebih pada jumlah pesan yang sampai pada penerima. Pengirim dalam komunikasi massa biasanya disebut sebagai

sumber atau komunikator, sedangkan penerima banyak pesan disebut audiens atau komunikan. Di sisi lainnya, aluran komunikasi massa termasuk internet, televisi, radio, surat kabar, film, dan lainnya.

Berikut ada beberapa elemen dalam komunikasi massa antara lain:

### 1. Komunikator

Komunikasi dalam komunikasi massa mencakup jaringan, stasiun lokal, direktur, dan personel teknis yang berhubungan dengan acara televisi. Komunikator yang dimaksud di sini adalah kelompok orang yang berbeda yang tergabung dalam sebuah lembaga media massa.

### 2. Isi

Menurut Ray Eldon Hiebert dkk (1985) isi media setidaknya bisa dibagi ke dalam lima kategori yakni:

- a. Berita dan Informasi
- b. Analisis dan Interpretasi
- c. Pendidikan dan Sosialisasi
- d. Hubungan masyarakat dan Persuasif
- e. Iklan dan bentuk penjualan lain f. Hiburan

### 3. Audiens

Jutaan orang yang menonton televisi dan ribuan orang yang membaca buku, majalah, koran, atau jurnal ilmiah adalah contoh audiensi yang sangat beragam dari komunikasi massa. Masing-masing individu berbeda satu sama lain

dalam hal pakaian, cara berpikir, cara menanggapi pesan yang diterima, pengalaman, dan orientasi hidup. Namun, masing-masing individu memiliki kemampuan untuk saling merespons pesan yang diterimanya.

#### 4. Umpan Balik

Ada dua macam umpan balik (feedback) dalam komunikasi, yaitu umpan balik langsung (immediate feedback) dan tidak langsung (delayed feedback). Jika komunikator dan komunikan berhadapan langsung atau mungkin berbicara langsung, itu disebut umpan balik langsung. Namun, umpan balik tidak langsung dapat dikomunikasikan melalui surat kepada editor, surat kepada pembaca, atau tulisan pembaca. Salah satu umpan balik tidak langsung yang dimaksudkan adalah kritik yang ditujukan pada pihak lain berdasarkan berita (Kustiawan et al., 2022).

### 2.3 Media Sosial

#### 2.3.1 Pengertian Media Sosial

Kaplan dan Haenlein menggambarkan media sosial sebagai kumpulan aplikasi dengan basis internet yang dibangun berdasarkan konsep dan teknologi web 2.0, yang memungkinkan orang untuk membuat dan berbagi konten yang dibuat oleh pengguna (Budi et al., 2019).

Menurut Van Dijk dalam Nasrullah, Media sosial adalah platform media yang berfokus pada eksistensi pengguna dan memungkinkan mereka untuk berkolaborasi dan beraktifitas. Oleh karena itu, media sosial dapat dianggap sebagai medium (fasilitator) online yang membangun hubungan sosial dan hubungan antar penggunakini banyak platform lain muncul dengan fitur unik mereka sendiri (Sari et al., 2013).

### 2.3.2 Karakteristik Media Sosial

Ada beberapa ciri media sosial, seperti:

#### 1. Jaringan

Jaringan juga disebut sebagai "network", adalah infrastruktur yang menghubungkan komputer dan perangkat keras lainnya. Karena setiap komputer yang terhubung dapat berbicara satu sama lain, termasuk pertukaran data, konektivitas ini diperlukan.

#### 2. Informasi

Informasi menjadi entitas penting di media sosial karena pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi.

#### 3. Arsip

Bagi pengguna media sosial, "arsip" atau "arsip" berarti informasi telah tersimpan dan bias diakses kapan pun dan di mana pun.

#### 4. Interaksi

Media sosial membangun jaringan antar pengguna melalui interaksi. Jaringan ini lebih dari sekedar hubungan pertemanan atau pengikut (follower), tetapi juga bergantung pada interaksi antara pengguna tersebut.

#### 5. Simulasi Sosial

Media sosial dianggap sebagai simulasi sosial, atau simulation of society, dan berfungsi sebagai media berlangsungnya masyarakat (society) di dunia virtual.

Dalam banyak kasus, pola dan karakteristik media sosial berbeda dari struktur masyarakat yang sebenarnya (Sari et al., 2013).

### 2.3.3 Macam-macam Media Sosial

Karjaluoto (2018: 4) menyatakan mengatakan bahwa media sosial terdiri dari enam jenis, yaitu:

1. Blog (juga dikenal sebagai *blogs* atau *web blogs*), yaitu sebuah website yang memungkinkan orang untuk menulis dan memberikan komentar kepada pembaca. Ada banyak blog di seluruh dunia, dan blog menjadi populer karena memberikan perspektif unik dan asli tentang masalah tertentu.

2. Forum, (*Forums*), adalah situs *web* di mana beberapa pengguna dapat menyusun topik dan berkomentar tentang topik tersebut. Semua orang yang mengunjungi situs tersebut juga dapat memberikan komentar. Selain itu, forum ini biasanya berfungsi sebagai referensi bagi mereka yang tertarik pada topik tertentu. Selain itu, bagi mereka yang tertarik pada suatu topik, forum ini biasanya digunakan sebagai referensi.

3. Komunitas Konten (*content communities*), yaitu situs yang memungkinkan pengguna memasang atau menyebarluaskan konten. Untuk bercerita dan berbagi, konten yang dipasang dan disebarluaskan biasanya berupa video atau foto. Beberapa situs ini menawarkan layanan di mana pengunjung dapat ikut memilih relevansi konten yang dipasang dan disebarluaskan.

4. Dunia virtual (*virtual worlds*), merupakan sebuah situs yang memberi pengunjungnya akses ke dunia maya. Dunia ini seolah-olah nyata karena orang

dapat berinteraksi satu sama lain, tetapi pada dasarnya hanya ada di internet. Situs game online adalah salah satu contoh yang cukup populer dari dunia virtual.

5. Jejaring Sosial (*social networks*), yaitu komunitas virtual yang memungkinkan pengguna berkoneksi satu sama lain. Sementara beberapa situs jejaring sosial dibangun untuk memperluas jaringan kelompok (seperti Facebook), yang lain dibangun untuk mewakili wilayah tertentu seperti LinkedIn (Budi et al., 2019).

### 2.3.4 Instagram

Instagram adalah platform yang memungkinkan pengambilan foto dan penyebaran foto dengan waktu cepat (Sari 2017:6). Menurut (Atmoko, 2012:28), Instagram memiliki lima menu utama antara lain yaitu:

#### 1. Home Page

Halaman utama adalah halaman utama di mana foto atau video dari pengguna lain telah diikuti. Untuk melihatnya, geser layar ke arah dan bawah.

#### 2. Comment

Dalam kolom komentar Instagram, pengguna lain dapat mengomentari foto atau video yang sudah diunggah.

#### 3. Explore

*Explore* adalah kumpulan foto atau video populer yang banyak disukai.

#### 4. Profil

pengguna juga dapat mengakses informasi pengguna profil lainnya dengan cara masuk ke bagian profil.

## 5. News Feed

Fitur ini menampilkan notifikasi tentang berbagai aktivitas yang dilakukan pengguna Instagram.

Atmoko2012:28, Mengatakan bahwa ada bagian Instagram yang harus dipenuhi agar foto yang diunggah menjadi lebih bermakna, yaitu

### 1. Judul

Judul atau caption menegaskan pesan yang ingin disampaikan melalui foto.

### 2. Hashtag

Hashtag terdiri dari tanda pagar (#), yang dapat membantu pengguna menemukan foto atau video dalam kategori tertentu di Instagram.

### 3. Lokasi

Instagram bukan hanya layanan berbagi foto, tetapi juga jejaring sosial karena memungkinkan pengguna berinteraksi satu sama lain.

Kegiatan dan aktifitas yang dilakukan di Instagram yaitu seperti:

#### 1. Follow

Follow atau ikuti pada pengguna Instagram dapat mengikuti pertemanan atau mengikuti pengguna Instagram lainnya dengan mengikuti akun satu sama lain.

#### 2. Like

Untuk menyukai video atau foto yang telah diunggah, pengguna dapat menekan tombol "Like" di bagian bawah keterangan foto atau mengetuk dua kali pada foto.

### 3. Komentar

Komentar merupakan kegiatan berupa memberikan tanggapan dan saran atau memberikan pemikiran serta pendapat melalui bentuk kalimat.

### 4. Mention

Dengan menambahkan tanda arroba (@) di depan nama akun instagram pengguna, fitur mention digunakan untuk menandai pengguna lain Instagram Stories, yang diinspirasi oleh Snapchat Stories, memungkinkan pengguna mengunggah foto dan video yang akan hilang setelah 24 jam (Puspitarini2019).

## 2.4 Industri Televisi

### 2.4.1 Pengertian Televisi

Televisi merupakan sebuah teknologi yang paling berpengaruh di seluruh dunia dalam perkembangan teknologi informasi. Diawal perkembangannya, televisi merupakan gabungan teknologi optik mekanik dan elektronik yang digunakan untuk merekam, menampilkan dan menyiarkan gambar visual. Perkembangan televisi dari zaman ke zaman melibatkan banyak orang, penemu, dan inovator. Televisi adalah karya massal yang dikembangkan dari tahun ke tahun setelah penemuan dasar hukum gelombang elektromagnetik. Pada tahun 1831, penemuan dasar hukum gelombang elektromagnetik ditemukan oleh Joseph Henry dan

Michael Faraday yang merupakan awal dari era komunikasi elektronik (Talitha et al., 2019).

### **2.4.2 Jenis – jenis Televisi**

Televisi menurut jenisnya dapat dibagi menjadi dua, yaitu: Televisi analog dan Televisi digital.

#### **1. Televisi analog**

Televisi analog merupakan televisi yang mengkodekan informasi gambar dengan memvariasikan dan frekuensi dari sinyal. Sinyal video analog yang ditampilkan pada pesawat televisi ini ditransmisikan melalui kabel atau pancaran udara. Sistem televisi analog yang dipergunakan antara lain NTSC (Amerika, Jepang, Korea), PAL (Eropa, Indonesia, dan lain-lain.), SECAM (Perancis).

#### **2. Televisi digital**

Televisi digital adalah televisi yang menggunakan modulasi digital dan sistem kompresi untuk menyebarkan video, audio, dan signal data ke pesawat televisi. Jenis televisi yang menggunakan modulasi digital dan system kompresi untuk mrnyiarkan sinyal gambar, suara dan data Sistem televisi digital yang ada adalah DVB (Eropa, Indonesia, Malaysia, dan lain-lain.), ATSC (Amerika, Korea Selatan, dan lain-lain.), ISDB (Jepang, Brasil)(Talitha et al., 2019).

### **2.4.3 Karakteristik Televisi**

Berikut ini merupakan bagian dari beberapa karakteristik televisi antara lain sebagai berikut:

### 1. Bersifat tidak langsung

Televisi adalah satu jenis dan bentuk media massa yang paling canggih dilihat dari sisi teknologi yang digunakan, dan paling mahal dilihat dari segi investasi yang ditanamkan. Televisi sangat bergantung pada kekuatan peralatan elektronik yang sangat rumit. Inilah yang disebut media teknis. Sebagai contoh, siaran televisi tidak mungkin ditransmisikan dan diterima oleh pemirsa di mana pun tanpa listrik. Untuk mendirikan sebuah stasiun televisi komersial yang dikelola secara profesional di seluruh negeri, investasi yang diperlukan akan mencapai ratusan miliar rupiah. Karena keterbatasan teknologi dan modal, televisi sangat tidak sesuai dengan kepentingan pemilik modal dan nilai komersial arus kapitalisme global. Salah satu eksekunya, bahasa televisi tidak jarang tampil vulgar.

### 2. Bersifat satu arah

Siaran televisi bersifat satu arah. Kita sebagai pemirsa hanya bisa menerima berbagai program acara yang sudah dipersiapkan oleh pihak pengelola televisi. Menurut teori komunikasi massa, kita sebagai khalayak televisi bersifat aktif dan selektif. Jadi meskipun siaran televisi bersifat satu arah, tidak berarti kita pun menjadi pasif. Kita aktif mencari acara yang kita inginkan. Kita selektif untuk tidak menonton semua acara yang ditayangkan. Tetapi kehadiran alat ini pun, tidak serta-merta mengurangi tingkat kecemasan masyarakat, terutama kalangan pendidik, budayawan, dan agamawan.

### 3. Bersifat terbuka

Televisi ditujukan kepada masyarakat secara terbuka ke berbagai tempat yang dapat dijangkau oleh daya pancar siarannya. Artinya, Ketika siaran TV

diputar, tidak ada lagi batasan tentang usia, letak geografis, atau pendidikan penonton. Semua orang dapat menonton TV. Khalayak TV di sini heterogen dan anonim. Karena acara tersebut terbuka, pengelola televisi dapat berusaha untuk mengurangi kekacauan yang terjadi dengan mengatur jadwal tayang acara.

#### 4. Publik tersebar

Televisi tidak berada di suatu wilayah, tetapi tersebar di berbagai wilayah dalam lingkup local, regional, nasional, dan bahkan internasional. Sekarang ada banyak stasiun TV lokal di Indonesia yang siarannya hanya menjangkau suatu kota atau paling sedikit beberapa kota dalam radius puluhan kilometer dari pusat kota. Ada tiga stasiun TV lokal di Bandung saja. Publik tersebar sangat menguntungkan bagi pemasang iklan dari sudut pandang komersial. Iklan adalah inti dari televisi komersial (Talitha et al., 2019).

#### 2.4.4 Dampak Televisi

Televisi sebagai media massa, dapat memiliki efek yang positif atau negatif. Bagaimana setiap orang melihat dampak televisi, tergantung pada bagaimana khalayak melihat program atau tayangan televisi. Berbagai stasiun televisi biasanya sudah menampilkan bagian dari sebuah program televisi yang membatasi siapa saja yang boleh menonton suatu program televisi itu sendiri. Kita harus menonton televisi dengan cerdas, yaitu dengan memilih acara yang benar-benar mendidik.

Dampak positif yang ditimbulkan oleh televisi antara lain:

1. Televisi dapat dijadikan sebagai media Pendidikan. Dengan informasi aktual dan faktual yang cepat, masyarakat dapat memperoleh wawasan yang luas

dengan mengetahui berita yang terjadi dari seluruh penjuru dunia secara aktual dan factual.

2. Memberikan hiburan. Televisi dapat memberikan berbagai macam tayangan yang entertaining bagi khalayaknya yang membutuhkan hiburan.

3. Merangsang interaksi, dan pertumbuhan mental sosial anak, serta memperluas pengetahuan dengan memperoleh wawasan dari berita dan hiburan.

4. Televisi merupakan sarana hiburan yang murah untuk ditonton dengan berbagai informasi acara yang ada di belahan bumi lain dapat dilakukan tanpa harus pergi ke tempat tersebut (Talitha et al., 2019).

## **2.5 Presenter**

### **2.5.1 Pengertian Presenter**

Menurut Latief & Yusiati Utud, Presenter merupakan orang yang membaca berita dari studio atau orang yang membawakan program televisi dari studio juga disebut anchor atau reader. Dalam suatu lembaga penyiaran televisi, presentasi adalah orang yang bertanggung jawab untuk menjalankan program acara yang sudah direncanakan. Pembaca berita atau presenter berita adalah orang yang membawakan atau mengantarkan acara berita di televisi atau radio. Sangat penting bagi presenter untuk memiliki kemampuan berbicara yang baik untuk membawakan acara yang telah direncanakan sebelumnya (Lembaga & Televisi, 2015).

### 2.5.2 Jenis - jenis Presenter

Menurut (Zoebazary,2010:174) Presenter berita atau pembaca berita adalah orang yang membawakanacara berita di televisi atau radio.Presenter terbagi menjadi tiga jenis antara lain, yaitu:

#### 1. *Continuity Presenter*

Presenter jenis ini adalah yang bertugas mengantarkan berbagai macam program televisi kepada pemirsa, fungsi mereka adalah sebagai perangkai dari satu acara ke acara lainnya dengan penampilan menarik serta mengulas isi acara yang akan ditayangkan.

#### 2. *Host*

*Host* adalah seorang yang memegang sebuah acara tertentu yang dibawakannya dan ikut serta dalam memegang peranan penting dalam suatu program acara.

#### 3. *Anchor*

*Anchor* merupakan kata lain buat presenter yang menyampaikan berita. presenter harus menarik, cerdas, dan aktif dalam acara supaya tidak membosankan para penontonnya(Lembaga & Televisi, 2015).

### 2.5.3 Presenter AI

Mengutip informasi dari (unpad.ac.id) Peneliti Jurnalisme Digital (Dandi Supriadi), Mengatakan bahwa presenter AI merupakan teknologi kecerdasan buatan yang mampu menggantikan manusia dalam membaca berita dalam program informasi terbaru, presenter AI mempermudah pekerjaan manusia dan

mengurangi kesalahan yang mungkin dilakukan presenter manusia. Presenter AI dapat digunakan dalam berbagai macam konteks, termasuk pada presentasi bisnis, pelatihan, dan bahkan sebagai asisten virtual untuk membantu dalam penyampaian berita, informasi, konten secara efektif. Presenter AI dapat dilatih dalam mengenali berbagai macam bentuk teks tertulis dan dapat mengubahnya kedalam suara yang terdengar asli atau alami. AI juga dapat dilengkapi dengan berbagai macam kemampuan visual untuk memperlihatkan slide presentasi atau grafik. Di Indonesia sudah ada beberapa perusahaan dan proyek yang mengembangkan atau menggunakan teknologi presenter AI (Supriadi Dandi unpad.ac.id 2023).

## 2.6 *Artificial Intelligence*

Menurut McCarthy, J. (2020), menjelaskan bahwa kecerdasan buatan adalah bidang studi yang bertujuan untuk membuat sistem yang mampu melakukan hal-hal yang dibutuhkan kecerdasan manusia seperti penalaran, pembelajaran, pemecahan masalah, dan pemahaman bahasa alami.

Sedangkan menurut Russell, S., & Norvig, P. (2020), *Artificial Intelligence* adalah sebuah agen, seperti program atau mesin, yang dapat mengamati lingkungannya, membuat keputusan berdasarkan persepsinya, dan bertindak secara optimal untuk mencapai tujuan tertentu. Selain itu, Russell dan Norvig menekankan bahwa kecerdasan buatan termasuk teknik yang memungkinkan mesin untuk belajar, memahami, dan beradaptasi berdasarkan pengalaman mereka.

### 2.6.1 Manfaat *Artificial Intelligence*

Dalam industri media televisi, artificial intelligence sudah mulai digunakan dan diterapkan untuk presenter berbasis AI. Menurut Kaplan dan Haenlein (2019), kecerdasan buatan (AI) dalam bidang presenter memberikan beberapa manfaat signifikan, di antaranya:

#### a. Efisiensi dan kecepatan

AI sangat cocok untuk penyampaian informasi yang memerlukan pembaruan secara real-time, seperti di bidang berita, karena efisiensi dan kecepatan yang dimilikinya untuk secara otomatis menghasilkan dan menyampaikan konten tanpa keterbatasan waktu atau kondisi fisik.

#### b. Personalisasi konten

AI dapat menganalisis preferensi audiens dan memberikan informasi yang lebih relevan dengan kemampuan memproses data besar.

#### c. Pengurangan biaya operasional

Dengan penggunaan presenter AI, perusahaan penyiaran dapat mengurangi biaya operasional dan mengurangi ketergantungan pada tenaga kerja manusia dalam produksi berita.

### 2.7 Teori *New Media* (Media Baru)

Teori media baru adalah sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy. Teori ini menjelaskan tentang teori perkembangan media. Teori media baru menganut dua perspektif. Yang pertamaperspektif interaksi sosial, yaitu membedakan media berdasarkan seberapa dekat mereka dengan interaksi tatap

muka. Yang kedua, perspektif sosial – kultural yaitu perspektif ini memandang media baru sebagai hasil dari dinamika sosial, budaya, dan ekonomi. Teknologi dianggap tidak sepenuhnya menentukan perubahan, tetapi merupakan bagian dari interaksi kompleks antara manusia dan budaya.

Pierre Levy berpendapat *World Wide Web* (WWW) merupakan sebuah lingkungan informasi yang fleksibel serta dinamis, terbuka, erta memungkinkan orang untuk memperoleh pengetahuan baru dan terlibat dalam dunia demokratis dengan memberikan kuasa dan menjadi lebih interaktif dan berbagi. Sedangkan pendekatan kedua yaitu Pandangan integrasi sosial, media diritualkan karena media menjadi kebiasaan, sesuatu yang formal, dan memiliki nilai yang lebih besar dari penggunaan media itu sendiri, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan khalayak. Media bukan hanya alat untuk mendapatkan informasi atau menarik perhatian; mereka juga menyatukan kita dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi kita rasa saling memiliki. New Media adalah media online yang berbasis teknologi, bersifat fleksibel serta interaktif, serta berfungsi secara publik maupun privat dengan menggunakan internet diseluruh dunia. New Media (media online) yang juga diartikan sebagai produk komunikasi yang termediasi teknologi, terdapat bersama komputer digital,(Feroza,C. S. B., & Misnawati, D. 2020).

## 2.8 Penelitian Terdahulu

tabel 2.8.1 Penelitian Terdahulu

Judul, Nama Peneliti, Tahun	Metode	Hasil Penelitian	Relevansi	
			Kesamaan	Perbedaan
Aplikasi kecerdasan buatan (AI) di televisi strategi manajemen industri menggunakan ground theory analisis: Studi kasus di tvone. Dadang Ridwan, Jerry Heikal. (2023)(Ramang, 2023).	Grounded Theory/Metode Kualitatif	peluang yang diberikan AI bagi industri televisi adalah produk. Lalu, tantangan yang dihadapi dalam implementasi AI di industri pertelevisian adalah sumber daya. Tantangan penerapan teknologi AI di TVOne adalah dari segi sumber daya manusia dan sumber daya fisik yang dibutuhkan, yang meliputi keahlian teknis yang diperlukan sertaketersediaan sumber daya keuangan dan infrastruktur yang memadai dan hasil temuan di lapangan adalah peluang yang diberikan oleh AI untuk industri televisi adalah produksi konten. Peluang penerapan teknologi AI di TVOne melalui integrasi AI dalam produksi konten diarahkan untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi program dengan memanfaatkan	Penelitian ini membahas tentang <i>Artificial Intelligence</i> dan penelitian yang digunakan menggunakan penelitian kualitatif. Serta kasus penelitian yang digunakan juga sama dengan penelitian penulis saat ini. Hanya saja waktu dan lokasi penelitian yang membedakannya.	Penelitian ini berlangsung dilokasi kantor TVOne yang berada di Jakarta timur. Dan lokasi, waktu dan tempat yang berbeda serta isi pembahasan yang berbeda.

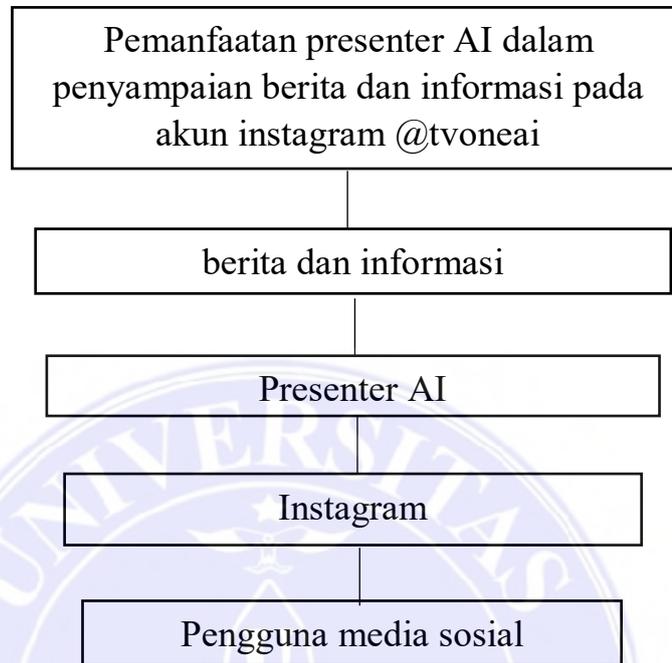
		analisis data dan otomatisasi yang lebih canggih.		
Respons Khalayak pada Penerapan Artificial Intelligence dalam Industri Komunikasi: Studi Kasus Presenter Buatan oleh tvOne. Rahmi Nuraini1. (2024)(Nuraini, 2024).	paradigma Konstruktivis Interpretif/Studi Kasus.	Menunjukkan bahwa terdapat respon yang bervariasi di kalangan masyarakat, mulai tidak terlalu serius menanggapi penerapan teknologi ini, merespon AI sebagai ancaman pada tenaga kerja, serta munculnya kritik karena kurangnya kompetensi dan kualitas sumber daya manusianya serta dalam rangka penghematan anggaran.	Penelitian ini sama-sama membahas mengenai Artificial Intelligence dan berlokasi di stasiun tvone. Hanya saja waktu dan tempat yang membedakannya.	Penelitian ini membahas tentang respons khalayak pada penerapan AI dalam industri komunikasi.
Implementasi Penggunaan Artificial Intelligence Dalam Proses Pembelajaran Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Kelas A. Adinda Arly, Nanda Dwi, Rea Andini. (2023). (Arly et al., 2023)	metode deskriptif kualitatif/	Teknologi kecerdasan buatan manusia atau Artificial Intelligence (AI) sendiri dapat membantu memberikan banyak manfaat bagi mahasiswa dalam produktivitas, pembelajaran, pengelolaan organisasi dan pekerjaan jarak jauh, membantu penyelesaian tugas yang berulang serta membantu mengurangi biaya dan meningkatkan konsistensi mahasiswa dalam pembelajaran. Oleh karena itu,	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan mengarah tentang Artificial Intelligence pada presenter tvone.ai.	Penelitian ini lebih mengarah ke proses pembelajaran mahasiswa ilmu komunikasi di kelas A pada implementasi penggunaan artificial intelligence.

		<p><i>Artificial Intelligence</i> (AI) berpotensi memberikan dampak positif terhadap kecemasan mahasiswa, membantu mereka mengembangkan keterampilan dan kepercayaan diri yang dibutuhkan untuk berhasil dalam kehidupan universitas.</p>		
<p>Perencanaan chatbot sebagai pembelajaran dasar Bahasa Jawa menggunakan Artificial Intelligence markup language. Krisanto Abilowo, Mayanda Mega Santoni, Anita Muliawati (2020). (Abilowo et al., 2020)</p>	<p>Metode Kualitatif</p>	<p>Hasil yang diharapkan adalah sistem dapat membantu dalam pelestarian bahasa Jawa. Hasil dari penelitian ini adalah sistem chatbot mampu berfungsi dengan baik karena memiliki akurasi sebesar 90%. pada tahap perkenalan sistem hanya akan menampilkan respon salam, memperkenalkan namanya, dan menanyakan nama pengguna. Pada tahap perkenalan sistem dapat menampilkan pesan jika pengguna terlebih dahulu memasukkan input ke sistem; (2) pada tahap tingkatan bahasa Jawa sistem hanya akan menampilkan pesan berupa tiga</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode kualitatif serta membahas mengenai penerapan AI</p>	<p>Penelitian ini mengacu pada perencanaan chatbot sebagai pembelajaran yang menggunakan bahasa Jawa dengan bantuan AI.</p>

		tingkatan bahasa Jawa yang dapat dipilih oleh pengguna dan menampilkan pesan penjelasan singkat mengenai tingkatan bahasa Jawa yang dipilih. Tingkatan bahasa Jawa adalah bahasa Jawa ngoko, bahasa Jawa krama madya, dan bahasa Jawa krama inggil.		
Implementasi <i>Artificial intelligence</i> AI di bidang administrasi public pada era revolusi industri 4.0. EndangIrawan Supriyadi1, Dianing Banyu Asih2. (2020)(Heiden & Tonino-Heiden, 2021).	Studi Kepustakaan/Kualitatif	Dari hasil penelitian ini menjelaskan bahwa perkembangan ai saat ini telah mengalami perkembangan yang sangat pesat baik pada perkembangan hardware dan software artificial intelligence telah berhasil membangun produk-produk yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari, salah satu contoh penerapan AI pada bidang administrasi public terlihat pada beberapa aplikasi pelayanan public di kota bandung diantaranya yaitu, e-satria, gampil, layad rawat, aplikasi moovit, aplikasi bimma dan sitarung.	Penelitian ini sama dengan penelitian penulis karena mengangkat tentang penerapan <i>Artificial Intelligence</i> dan menggunakan metode kualitatif.	Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian penulis yang mana penelitian ini mengangkat tentang penerapan Artificial Intelgence, namun mengarah pada bidang admnistrasi public pada era revolusi industri 4.0/

## 2.9 Kerangka Berfikir

Tabel 2.9 1 kerangka berfikir



### Alur Pemikiran dalam Penelitian

1. **Teknologi kecerdasan buatan** telah memungkinkan hadirnya **presenter AI** dalam penyampaian berita dan informasi.
2. **Presenter AI** digunakan oleh akun **Instagram @TvOne.ai** sebagai media penyiaran digital yang mampu menyampaikan berita dengan cepat dan efisien.
3. **Pengguna media sosial** menerima dan merespons berita yang disampaikan oleh presenter AI dengan berbagai persepsi, baik dari segi kepercayaan, kejelasan, maupun interaksi yang diberikan.

4. Dari hasil analisis, penelitian ini akan mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan presenter AI dalam penyampaian berita serta memberikan rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut.

Dengan demikian, kerangka berpikir ini memberikan gambaran bagaimana penelitian ini menghubungkan konsep-konsep utama untuk memahami efektivitas dan tantangan penggunaan presenter AI dalam media sosial, khususnya Instagram.



## BAB III

### METODELOGI PENELITIAN

#### 3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang dilakukan merupakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2022), metode penelitian kualitatif deskriptif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah dimana peneliti sebagai instrumen kunci. Pendekatan dalam penelitian ini diambil karena peneliti ingin mendeskripsikan dan mendapatkan gambaran dan informasi terkait Penyampaian berita pada presenter AI di Instagram yang sedang diteliti dengan mewawancarai langsung beberapa pengikut di Instagram akun ini @tvoneai tentang pemanfaatan presenter ai di Instagram dan juga mengumpulkan data-data serta informasi yang di perlukan sebagai dasar penyusunan dari pemanfaatan penerapan presenter ai dalam menyampaikan berita di Instagram (Rusli, 2014).

#### 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan secara online atau daring melalui aplikasi zoom meeting dengan beberapa pengguna Instagram yang mengikuti akun Instagram @tvone.ai.

### 3.2.1 Waktu Penelitian

Tabel 3.2.1 Waktu Penelitian

Uraian Kegiatan	2024 Nov	2024 Des	2024 Mar	2024 Jun	2024 Jul	2024 Agu	2024 Okt	2024 Nov	2024 Des	2025 Jan	2025 Mar
Penyusunan Proposal											
Seminar Proposal											
Penelitian											
Perbaikan penelitian											
Seminar Hasil											
Perbaikan Seminar Hasil											
Sidang Meja Hijau											

### 3.3 Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi tentang penelitian terkait. Dalam penelitian ini, dua jenis sumber data digunakan: antara lain sebagai berikut:

### 1. Data primer

Menurut Sugiyono (2018:456) Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Peneliti menggunakan data primer dari wawancara dengan subjek penelitian.

### 2. Data skunder

Menurut Sugiyono (2018:456) Data sekunder adalah data yang diberikan kepada pengumpul data secara tidak langsung, seperti melalui dokumen atau orang lain, disebut sebagai sumber data sekunder. Data sekunder untuk penelitian ini berasal dari buku, jurnal, artikel,

## 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Tujuan dari penelitian adalah untuk memperoleh dan mengumpulkan data.

Menurut Sugiyono (2020:105) menyatakan bahwa secara umum terdapat 3 macam teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi(observasi, wawancara dan observasi).

### 1. Observasi

Menurut Nasution dalam Sugiyono (2020:109), observasi adalah kondisi di mana peneliti melakukan pengamatan secara langsung untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang konteks data dalam konteks situasi sosial secara keseluruhan, yang memungkinkan peneliti untuk mendapatkan perspektif yang lebih menyeluruh.

## 2. Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2020:114), wawancara adalah pertemuan dua orang yang dilakukan melalui tanya jawab untuk bertukar ide dan informasi sehingga dapat memberikan makna dalam suatu topik tertentu.

## 3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2020:124) mengatakan dokumentasi adalah pengumpulan catatan peristiwa yang sudah berlaku dalam tulisan, gambar, atau foto, serta karya-karya monumental dari seseorang atau organisasi (Junaidi, 2018).

### 3.5 Informan Penelitian

Menurut Moleong (2006:132) dalam Metode Penelitian Kualitatif, "Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Informan merupakan orang yang dianggap mampu dalam memberikan informasi yang berkaitan dengan penelitian serta orang yang bertanggung jawab besar dalam jalannya proses penelitian di lapangan, dan informan dari penelitian ini adalah seseorang yang berhubungan dengan penggunaan media sosial dari penelitian.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2020:133). Analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan terus menerus sampai tuntas. Setelah pengujian dan wawancara terhadap data primer dan sekunder selesai, langkah selanjutnya adalah menganalisis dan membahas hasilnya.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data lapangan model Huberman dan Miles, di mana model ini menunjukkan bahwa analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai data menjadi jenuh. Menurut Huberman dan Miles, peneliti menggunakan beberapa langkah dalam menganalisis data, antara lain:

### 1.Reduksi Data

Kegiatan mereduksi data merupakan kegiatan merangkum, memilih hal-hal yang penting, memfokuskan pada hal-hal yang penting guna memilih data yang relevan dan bermakna, memfokuskan data yang mengarah untuk memecahkan masalah, penemuan, pemaknaan atau untuk menjawab pertanyaan penelitian.

### 2. Penyajian Data

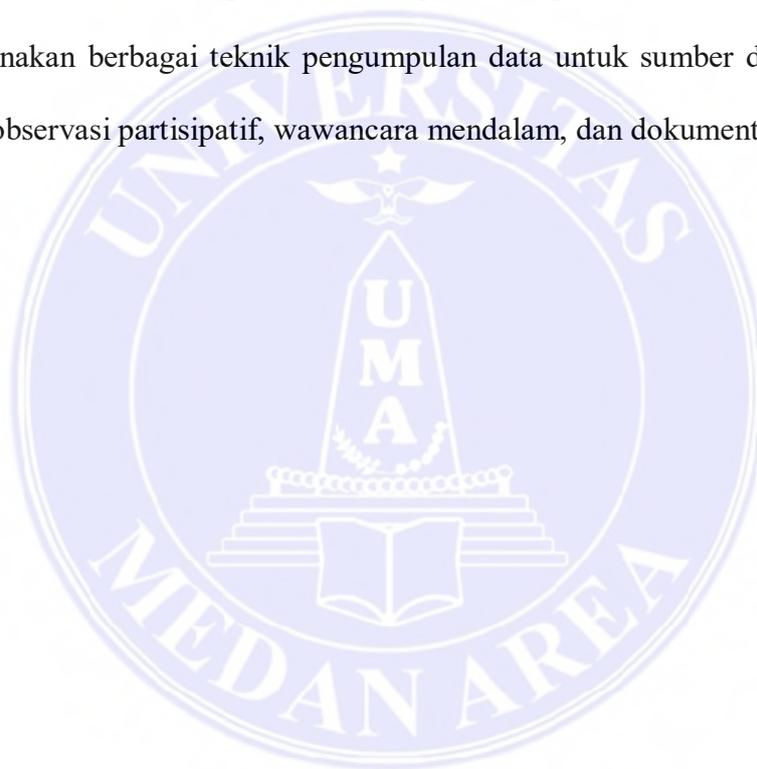
Penyajian data ini bertujuan untuk menggabungkan informasi sehingga dapat menggambarkan keadaan yang terjadi. Dalam hal ini, agar peneliti tidak kesulitan dalam penguasaan informasi baik secara keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari hasil penelitian dan membuat data mudah dipahami dan dipresentasikan.

### 3. Menarik Kesimpulan/Verifikasi

Langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan yang dilakukan selama proses penelitian berlangsung seperti halnya proses reduksi data, setelah data terkumpul cukup memadai maka selanjutnya diambil kesimpulan sementara, dan setelah data benar-benar lengkap maka diambil kesimpulan akhir.

### 3.7 Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan Triangulasi Teknik. Agar penelitian ini dapat dipertanggung jawabkan, data-data yang didapat dan diperoleh perlu terlebih dahulu dengan menguji keabsahan data. Pemeriksaan keabsahan data pada penelitian ini yaitu dengan triangulasi Teknik. Dalam penelitian kualitatif, triangulasi dapat digunakan untuk meningkatkan validitas dan kredibilitas hasil penelitian. Dengan triangulasi teknik, peneliti dapat menggunakan berbagai teknik pengumpulan data untuk sumber data yang sama, seperti observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan secara langsung dilapangan oleh peneliti terkait “Pemanfaatan Presenter AI Dalam Penyampaian Berita dan Informasi Pada Akun Instagram @Tvone.ai” dimana peneliti telah mengumpulkan banyak data mulai dari tahap observasi, wawancara dan sekaligus tahap dokumentasi, maka dengan ini peneliti memperoleh hasil yang sudah peneliti lakukan yang dapat disimpulkan yaitu:

1. Pemanfaatan presenter Tvone.ai dalam penyampaian berita dan informasi yang diberikan oleh presenter @tvone.ai memiliki banyak tanggapan dan jawaban yang positif. Semua informan merasakan manfaat dari hadirnya presenter ai dalam melakukan penyampaian berita dan informasi. Hal ini uga menjadi gebrakan baru dalam dunia komunikasi massa dalam proses penyampaian informasi yang awalnya dilakukan dengan media konvensional sekarang sudah menggunakan media online. Lalu dalam pandangan interaksi sosial dan integrasi sosial pemanfaatan penyampaian berita dan informasi pada presenter Tvone.ai membawa perubahan signifikan dalam cara audiens/informan berinteraksi dengan berita dan informasi yang disampaikan seperti adanya koneksi emosional informan dan peningkatan kepercayaan dengan presenter AI serta bagaimana teknologi ini mempengaruhi hubungan, partisipasi, dan kohesi sosial dalam masyarakat.

2. Kepuasan informan dan audiens pada pemanfaatan penyampaian berita dan informasi yang dilakukan presenter ai sangat diterima dan bermanfaat oleh informan serta pengguna media sosial lainnya dalam mendapatkan berita dan informasi terbaru. Serta pada tahap kepuasan, beberapa informan merasa ada yang sangat puas dan biasa saja terhadap berita dan informasi yang disampaikan secara langsung oleh presenter ai. Akan tetapi semua informan merasa senang akan hadirnya presenter tersebut karena memudahkan mereka mendapatkan informasi dengan lebih cepat dan efisien. Hal ini dapat disimpulkan bahwa presenter tvone.ai sudah diterima dilakangan masyarakat akan tetapi masih perlu diperbaharui dan ditingkatkan lagi kualitasnya dalam memberikan dan menyebarkan berita dan informasi kepada seluruh audiens dan pengguna media sosial lainnya.

## 5.2 SARAN

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti harus mampu memberikan sesuatu yang bermanfaat dan berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan, komunitas, masyarakat umum, lembaga maupun instansi serta berbagai pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari data-data di lapangan, pada dasarnya penelitian ini berjalan dengan baik. Namun bukan suatu kekeliruan apabila peneliti ingin menyampaikan beberapa saran dan masukan yang mudah-mudahan bermanfaat bagi kemajuan pendidikan pada umumnya.

## 1. Pengembangan Teknologi AI

a. Perlu adanya inovasi dalam kemampuan interaksi dua arah agar AI dapat berkomunikasi secara lebih personal dengan audiens, misalnya dengan fitur respon otomatis terhadap komentar atau pertanyaan.

## 2. Peningkatan Kepercayaan Audiens

a. Perlu adanya edukasi kepada masyarakat tentang bagaimana berita yang disampaikan oleh presenter AI dihasilkan dan diverifikasi, sehingga audiens lebih percaya terhadap akurasi informasi yang diberikan.

## 3. Penelitian selanjutnya

a. Perlu penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh presenter AI terhadap pola konsumsi berita digital, apakah lebih efektif dibandingkan presenter manusia dalam menarik perhatian audiens.

Saran ini bertujuan agar pemanfaatan presenter AI dalam memberikan informasi serta berita kepada audiens semakin berkembang dan dapat menjadi inovasi yang lebih efektif dalam industri penyiaran digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- AB, S., Harahap, V. S., & AK, A. (2022). Metode Komunikasi Inter Personal Pada Pelayanan Pelanggan Terhadap Citra Perusahaan Listrik Negara (Persero) Rayon Takengon Kabupaten Aceh Tengah (Studi deskriptif keluhan tarif listrik di kampung Bebesen). *Telangke: Jurnal Telangke Ilmu Komunikasi*, 4(1), 1–15. <https://doi.org/10.55542/jiksohum.v4i1.137>
- Abilowo, K., Santoni, M. M., & Muliawati, A. (2020). Perancangan Chatbot Sebagai Pembelajaran Dasar Bahasa Jawa Menggunakan Artificial Intelligence Markup Language. *Informatik : Jurnal Ilmu Komputer*, 16(3), 139. <https://doi.org/10.52958/iftk.v16i3.2010>
- Aliffudin, A. *Kebijakan Etis Redaksional Tv One Dalam Penggunaan Avatar Artificial Intelligence Sebagai News Caster* (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Arly, A., Dwi, N., & Andini, R. (2023). Implementasi Penggunaan Artificial Intelligence Dalam Proses Pembelajaran Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Kelas A. 362–374.
- Budi, B. B., Arif, E., & Roem, E. R. (2019). Pemanfaatan Media Sosia Sebagai Sarana. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(1), 3–9.
- Fatimah, Putri, et al. "Perencanaan Komunikasi Publik Pemerintah Kota Medan Dalam Menjalankan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM)." *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi* 4.1 (2022): 32-43.
- Feroza, C. S. B., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan media sosial instagram pada akun@ yhoophii\_official sebagai media komunikasi dengan pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32-41
- Heiden, B., & Tonino-Heiden, B. (2021). Key to artificial intelligence (AI). *Advances in Intelligent Systems and Computing*, 1252 AISC(2), 647–656. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-55190-2\\_49](https://doi.org/10.1007/978-3-030-55190-2_49)
- Junaidi, J. (2018). Mengenal Teori Kultivasi dalam Ilmu Komunikasi. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 4(1), 42. <https://doi.org/10.31289/simbollika.v4i1.1461>
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2019). *Siri, Siri, in my Hand: Who's the Fairest in the Land? On the Interpretations, Illustrations, and Implications of Artificial Intelligence*. *Business Horizons*, 62(1), 15-25.
- Kustiawan, W., Siregar, F. K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Gaja, F. Z., Pakpahan, N. S., & Hayati, N. (2022). KOMUNIKASI MASSA. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 134. <https://doi.org/10.30829/jai.v11i1.11923>
- Lembaga, P., & Televisi, P. (2015). *Jurnal ipteks terapan*. 4, 235–241.

- McCarthy, J. (2007). *What is Artificial Intelligence?*. Stanford University.
- Nuraini, R. (2024). *JCOMMSCI-JOURNAL OF MEDIA AND COMMUNICATION SCIENCE Respons Khalayak pada Penerapan Artificial Intelligence dalam Industri Komunikasi: Studi Kasus Presenter Buatan oleh tvOne*. 7(1), 34–48. <https://doi.org/10.1080/019722409032.....34>
- Puspitarini, Dinda Sekar, and Reni Nuraeni. "Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi." *Jurnal Common* 3.1 (2019): 71-80.
- Ramang. (2023). p-ISSN : 2745-7141 e-ISSN : 2746-1920. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 4(01), 86–93.
- Rusli. (2014). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 32–41.
- Russell, S., & Norvig, P. (2020). *Artificial Intelligence: A Modern Approach* (4th ed.). Pearson.
- Sahputra, Dedi. *Komunikasi moderat dalam bahasa jurnalistik*. Persatuan Wartawan Indonesia Pusat, 2022.
- Sahputra, Dr Dedi."Dalam Dinamikanya dengan Pendapat Umum, Komunikasi Massa, Komunikasi Politik dan Civil Society.
- Sari, A. C., Indonesia, U. M., Hartina, R., Indonesia, U. M., Awalia, R., Indonesia, U. M., Iriyanti, H., & Indonesia, U. M. (2013). *Komunikasi dan media sosial*. December.
- Talitha, S., Rosdiana, R., & Susilawati, R. (2019). Aktivitas Kolaborasi Dan Kemampuan Mengembangkan Gagasan Dalam Menulis Kalimat Iklan Pada Pembelajaran Bahasa Indonesia Di Smpn 3 Cibinong Kabupaten Bogor. *Pedagonal : Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 3(1), 60–69. <https://doi.org/10.33751/pedagog.v3i1.985>.

## LAMPIRAN

### Pedoman Wawancara

Nama :

Usia :

Pekerjaan :

Alamat Tempat Tinggal :

Waktu Pelaksanaan :

Tempat Wawancara :

1. Apakah anda memiliki akun Instagram?
2. Berapa lama anda menghabiskan waktu bermain Instagram?
3. Berapa lama anda mencari berita dan informasi di Instagram?
4. Seberapa sering anda mengakses akun Instagram Atvone.ai?
5. Menurut anda, bagaimana tingkat kepuasan anda terhadap penyampaian informasi oleh presenter AI di akun Instagram @tvone.ai?
6. Menurut anda, apakah anda lebih suka mendapatkan informasi dan berita dari presenter AI atau presenter asli manusia?
7. Menurut anda, apakah anda merasa presenter AI di Instagram @tvone.ai telah berhasil menyampaikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti?
8. Menurut anda,apakah anda merasa presenter AI di Instagram @tvone.ai mampu menyampaikan berita dan informasi dengan baik?

9. Menurut anda, apakah anda cenderung percaya sepenuhnya pada informasi dan berita yang disampaikan oleh presenter @tvone.ai dibandingkan dengan presenter asli manusia?
10. Menurut anda, sejauh mana presenter AI @tvone.ai mampu mengubah emosi dan perasaan anda terhadap suatu informasi dan berita yang disampaikan?
11. Menurut anda, bagaimana tentang kualitas berita dan informasi yang disampaikan oleh presenter AI di Instagram @tvone.ai?
12. Menurut anda, apakah presenter AI @tvone.ai mampu menyajikan berbagai macam informasi dan berita dengan cepat dan akurat kepada para pengikutnya di Instagram?
13. Menurut anda, apakah ada terdapat perbedaan persepsi antara generasi muda dan generasi tua terhadap hadirnya penggunaan presenter @tvone.ai di Instagram?
14. Menurut anda, bagaimana tingkat kepuasan anda sebagai pengguna Instagram terhadap informasi dan berita yang disampaikan oleh presenter AI @tvone.ai?
15. Apakah anda memiliki saran dan masukan kepada akun Instagram @tvone.ai untuk meningkatkan penyampaian informasi dan berita di Instagram?

### **Informan 1**

Nama : Rian Maulana  
Usia : 23 Tahun  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Alamat Tempat Tinggal : Dusun 2 Desa Jaharun Galang, Lubuk Pakam  
Waktu Pelaksanaan : Selasa 25 Juni 2024 Pukul 12.10 Wib  
Tempat Wawancara : Google Meet

## Wawancara

### 1. Apakah anda memiliki akun Instagram?

**Jawab:** Iya benar, saya memiliki akun Instagram.

### 2. Berapa lama anda menghabiskan waktu bermain Instagram?

**Jawab:** Sekedar saja 10 - 30 menit.

### 3. Berapa lama anda mencari berita dan informasi di Instagram?

**Jawab:** Lumayan lama karena saya suka mencari berita.

### 4. Seberapa sering anda mengakses akun Instagram @tvone.ai?

**Jawab:** Sering, karena tvone.ai selalu mengupload berita terbaru setiap harinya.

### 5. Menurut anda, bagaimana tingkat kepuasan anda terhadap penyampaian informasi oleh presenter AI di akun Instagram @tvone.ai?

**Jawab:** Menurut saya lumayan bagus dan puas, mungkin kedepannya bisa lebih baik lagi dalam menyampaikan informasi kepada para penontonnya.

### 6. Menurut anda, apakah anda lebih suka mendapatkan informasi dan berita dari presenter AI atau presenter asli manusia?

**Jawab:** Menurut saya, perbandingannya masih 50:50 karena setiap masing - masingnya ada kelebihan dan kekurangan dalam hal mencari dan mendapatkan berita yang sangat detail dan akurat.

### 7. Menurut anda, apakah anda merasa presenter AI di Instagram @tvone.ai telah berhasil menyampaikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti?

**Jawab:** Lumayan baik karena saya pribadi merasa puas dan senang atas berita dan informasi yang disampaikan di Instagram.

**8. Menurut anda, apakah anda merasa presenter AI di Instagram @tvone.ai mampu menyampaikan berita dan informasi dengan baik?**

**Jawab:** Ya, tentu saja presenter ai mampu dengan mudah dan akurat dalam memberikan penyampaian berita kepada pengguna Instagram.

**9. Menurut anda, apakah anda cenderung percaya sepenuhnya pada informasi dan berita yang disampaikan oleh presenter @tvone.ai dibandingkan dengan presenter asli manusia?**

**Jawab:** Iya, saya percaya pada presenter ai.

**10. Menurut anda, sejauh mana presenter AI @tvone.ai mampu mengubah emosi dan perasaan anda terhadap suatu informasi dan berita yang disampaikan?**

**Jawab:** Menurut saya sedikit lumayan jauh dan saya pribadi juga pernah merasakan emosional atas berita pro dan kontra yang disampaikan ke Instagram.

**11. Menurut anda, bagaimana tentang kualitas berita dan informasi yang disampaikan oleh presenter AI di Instagram @tvone.ai?**

**Jawab:** Menurut saya pribadi sudah sangat cukup.

**12. Menurut anda, apakah presenter AI @tvone.ai mampu menyajikan berbagai macam informasi dan berita dengan cepat dan akurat kepada para pengikutnya di Instagram?**

**Jawab:** Ya, menurut saya tvone.ai sangat update dalam memberikan berita dan informasi terbaru seputar peristiwa yang terjadi.

**13. Menurut anda, apakah ada terdapat perbedaan persepsi antara generasi muda dan generasi tua terhadap hadirnya penggunaan presenter @tvone.ai di Instagram?**

**Jawab:** Menurut saya sangat jelas adanya.

**14. Menurut anda, bagaimana tingkat kepuasan anda sebagai pengguna Instagram terhadap informasi dan berita yang disampaikan oleh presenter AI @tvone.ai?**

**Jawab:** Saya lumayan puas karena saya orangnya juga update dengan teknologi sehingga membuat diri saya puas akan hadirnya presenter ai dalam menyapaikan informasi dan berita di seluruh media sosial.

**15. Apakah anda memiliki saran dan masukan kepda akun Instagram @tvone.ai untuk meningkatkan penyampaian informasi dan berita di Instagram?**

**Jawab:** Dari saya mungkin kedepannya semoga bisa lebih baik lagi dan lebih banyak lagi pesan dan informasi yang disampaikan ke media sosial.

## **Informan 2**

Nama : Roy Handoko

Usia : 22 Tahun

Pekerjaan : Wirausaha dan Mahasiswa

Alamat Tempat Tinggal : Jl. Sidomulyo pasar 9 Tembung, Deli Serdang

Waktu Pelaksanaan : Rabu, 26 Juni 2024 Pukul 19.35 Wib

Tempat Wawancara : Google Meet

## Wawancara

### 1. Apakah anda memiliki akun Instagram?

**Jawab:** Iya benar, saya memiliki akun Instagram.

### 2. Berapa lama anda menghabiskan waktu bermain Instagram?

**Jawab:** Lebih kurang sampai 4 jam

### 3. Berapa lama anda mencari berita dan informasi di Instagram?

**Jawab:** Lebih kurang 1 jam dan dibarengin dengan melihat konten hiburan di Instagram.

### 4. Seberapa sering anda mengakses akun Instagram Atvone.ai?

**Jawab:** Saya mengakses akun Instagram tvone.ai sebanyak 1 kali dalam sehari pada saat ada berita terupdate yang di tampilkan ke publik.

### 5. Menurut anda, bagaimana tingkat kepuasan anda terhadap penyampaian informasi oleh presenter AI di akun Instagram @tvone.ai?

**Jawab:** Menurut saya pribadi saya kurang puas karena saya lebih tertarik berita dan informasi yang disampaikan langsung oleh presenter aslinya.

### 6. Menurut anda, apakah anda lebih suka mendapatkan informasi dan berita dari presenter AI atau presenter asli manusia?

**Jawab:** Menurut saya pribadi, saya lebih suka informasi yang saya dapat secara langsung dari presenter aslinya dibandingkan dengan presenter ai yang dibuat oleh tvone.

### 7. Menurut anda, apakah anda merasa presenter AI di Instagram @tvone.ai telah berhasil menyampaikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti?

**Jawab:** Menurut saya sudah cukup jelas dan mudah dimengerti karena pesan informasi yang disampaikan mudah dipahami.

**8. Menurut anda, apakah anda merasa presenter AI di Instagram @tvone.ai mampu menyampaikan berita dan informasi dengan baik?**

**Jawab:** Menurut saya, penyampaian informasi sudah cukup baik dan akurat.

**9. Menurut anda, apakah anda cenderung percaya sepenuhnya pada informasi dan berita yang disampaikan oleh presenter @tvone.ai dibandingkan dengan presenter asli manusia?**

**Jawab:** Ya, saya cukup percaya karena berita yang diambil berdasarkan fakta yang terjadi dan informasi yang disampaikan juga cukup membantu untuk dipahami.

**10. Menurut anda, sejauh mana presenter AI @tvone.ai mampu mengubah emosi dan perasaan anda terhadap suatu informasi dan berita yang disampaikan?**

**Jawab:** Menurut saya, presenter ai belum mampu mengubah ekspresi dan rasa emosional saya karena masih memiliki tampilan yang datar.

**11. Menurut anda, bagaimana tentang kualitas berita dan informasi yang disampaikan oleh presenter AI di Instagram @tvone.ai?**

**Jawab:** Sudah cukup bagus, hanya saja masih ada beberapa tampilan dari presenter yang bersifat datar dan belum sepenuhnya menguasai ekspresi seperti layaknya presenter asli.

**12. Menurut anda, apakah presenter AI @tvone.ai mampu menyajikan berbagai macam informasi dan berita dengan cepat dan akurat kepada para pengikutnya di Instagram?**

**Jawab:** Ya, presenter ai sekarang ini sudah mampu menyampaikan banyak ragam informasi dan berita secara cepat dan akurat serta memberikan berbagai macam edukasi kepada para penontonnya.

**13. Menurut anda, apakah ada terdapat perbedaan persepsi antara generasi muda dan generasi tua terhadap hadirnya penggunaan presenter @tvone.ai di Instagram?**

**Jawab:** Menurut saya sudah pasti ada. Karena generasi tua lebih suka penyampaian berita dan infromasinya secara langsung oleh presenter asli dikarenakan lebih menarik daripada presenter ai yang saat ini sudah dihadirkan disosial media.

**14. Menurut anda, bagaimana tingkat kepuasan anda sebagai pengguna Instagram terhadap informasi dan berita yang disampaikan oleh presenter AI @tvone.ai?**

**Jawab:** Menurut saya, saya cukup puas hanya saja perlu dikembangkan dan diupgrade menjadi lebih professional lagi.

**15. Apakah anda memiliki saran dan masukan kepda akun Instagram @tvone.ai untuk meningkatkan penyampaian informasi dan berita di Instagram?**

**Jawab:** Menurut saya lebih baik ada 2 tampilan presenternya, ada yang secara AI dan ada juga secara manusia langsung.

### **Informan 3**

Nama : Akmal Widodo  
Usia : 23 Tahun  
Pekerjaan : Maintenance / Teknisi Perawatan

Alamat Tempat Tinggal : Dusun1 Desa Candirejo Kec. Biru-biru

Waktu Wawancara : Kamis, 27 Juni 2024 Pukul 20.00 Wib

Tempat Wawancara : Google Meet

### **Wawancara**

**1. Apakah anda memiliki akun Instagram?**

**Jawab:** Iya, tentu saja saya mempunyai akun Instagram.

**2. Berapa lama anda menghabiskan waktu bermain Instagram?**

**Jawab:** Saya menghabiskan waktu kurang lebih selama 3 jam perhari.

**3. Berapa lama anda mencari berita dan informasi di Instagram?**

**Jawab:** Terkadang saja dan seperlunya saja (Kondisional).

**4. Seberapa sering anda mengakses akun Instagram Atvone.ai?**

**Jawab:** Sangat jarang tapi saya pernah melihat beberapa dari postingan di Instagram tvone.ai.

**5. Menurut anda, bagaimana tingkat kepuasan anda terhadap penyampaian informasi oleh presenter AI di akun Instagram @tvone.ai?**

**Jawab:** Menurut saya, saya merasa biasa saja , karena penyampaian informasi yang dilakukan hamper sama dengan presenter asli (manusia) dalam menyapiakan suatu informasi.

**6. Menurut anda, apakah anda lebih suka mendapatkan informasi dan berita dari presenter AI atau presenter asli manusia?**

**Jawab:** Menurut saya, saya lebih tertarik dengan presenter asli karena lebih mudah diterima dan yakin dengan apa yang disampaikan oleh presenter tersebut.

7. **Menurut anda, apakah anda merasa presenter AI di Instagram @tvone.ai telah berhasil menyampaikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti?**

**Jawab:** Menurut saya, presenter ai dalam menyapiakna informasi mudah dimengerti dengan jelas dan hampir sama dengan presenter biasa dalam hal penyampaoan informasi.

8. **Menurut anda,apakah anda merasa presenter AI di Instagram @tvone.ai mampu menyampaikan berita dan informasi dengan baik?**

**Jawab:** Menurut saya, presenter tvone.ai mampu menyampaikan berita dan informasi dengan baik karena penyampaian berita yang dilakukan gampang dan mudah dimengerti.

9. **Menurut anda, apakah anda cenderung percaya sepenuhnya pada informasi dan berita yang disampaikan oleh presenter @tvone.ai dibandingkan dengan presenter asli manusia?**

**Jawab:** Menurut saya, dalam tingkat kepercayaan pada informasi dan berita yang disapaikan tidak sepenuhnya dapat dipercaya sama halnya juga dengan presenter asli yang terkadang tidak sesuai dengan fakta.

10. **Menurut anda, sejauh mana presenter AI @tvone.ai mampu mengubah emosi dan perasaan anda terhadap suatu informasi dan berita yang disampaikan?**

**Jawab:** Menurut saya tidak mengubah rasa emosional karena tidak adanya ketertarikan penyampaian berita dengan perasaan atau emosi yang saya dapatkan dari menonton tayangan tersebut.

- 11. Menurut anda, bagaimana tentang kualitas berita dan informasi yang disampaikan oleh presenter AI di Instagram @tvone.ai?**

**Jawab:** Menurut saya, penyampaian informasi yang dilakukan oleh presenter ai sangat baik dan berkualitas.

- 12. Menurut anda, apakah presenter AI @tvone.ai mampu menyajikan berbagai macam informasi dan berita dengan cepat dan akurat kepada para pengikutnya di Instagram?**

**Jawab:** Menurut saya, dengan kemajuan teknologi sekarang presenter ai tvone dapat menyajikan berita dengan cepat dan akurat dalam waktu yang lumayan cepat.

- 13. Menurut anda, apakah ada terdapat perbedaan persepsi antara generasi muda dan generasi tua terhadap hadirnya penggunaan presenter @tvone.ai di Instagram?**

**Jawab:** Saya kurang mengetahui tentang perbedaan ini, tapi dalam hal persepsi pasti ada karena generasi tua masih kurang mengenal yang namanya ai.

- 14. Menurut anda, bagaimana tingkat kepuasan anda sebagai pengguna Instagram terhadap informasi dan berita yang disampaikan oleh presenter AI @tvone.ai?**

**Jawab:** Sangat puas, karena penyampaian informasi dan berita sangat jelas dan mudah dimengerti terutama pada anak muda yang aktif dengan sosial media.

**15. Apakah anda memiliki saran dan masukan kepda akun Instagram @tvone.ai untuk meningkatkan penyampaian informasi dan berita di Instagram?**

**Jawab:** Tentu ada, yaitu penyampaian informasi atau berita oleh presenter ai dapat dikatakan bagus dan baik.

#### **Informan 4**

Nama : Deddy Saputra  
Usia : 25 Tahun  
Pekerjaan : Wiraswasta  
Alamat Tempat Tinggal : Jl. Menteng Raya, Kec. Medan Denai  
Waktu Pelaksanaan : Senin 24 Juni 2024 Pukul 14.00 Wib  
Tempat Wawancara : Google Meet

#### **Wawancara**

**1. Apakah anda memiliki akun Instagram?**

**Jawab:** Iya, punya.

**2. Berapa lama anda menghabiskan waktu bermain Instagram?**

**Jawab:** 5-10 menit/hari.

**3. Berapa lama anda mencari berita dan informasi di Instagram?**

**Jawab:** 3-5 menit.

**4. Seberapa sering anda mengakses akun Instagram Atvone.ai?**

**Jawab:** Tidak terlalu sering, paling hanya ada berita update terbaru saya akan mengakses akun tersebut.

**5. Menurut anda, bagaimana tingkat kepuasan anda terhadap penyampaian informasi oleh presenter AI di akun Instagram @tvone.ai?**

**Jawab:** Yang pastinya puas dikarenakan cara penyampaian lebih detail dan terstruktur.

6. **Menurut anda, apakah anda lebih suka mendapatkan informasi dan berita dari presenter AI atau presenter asli manusia?**

**Jawab:** Saya lebih suka mendapatkan informasi dan berita dari presenter asli manusia, tetapi saya juga suka dengan presenter AI.

7. **Menurut anda, apakah anda merasa presenter AI di Instagram @tvone.ai telah berhasil menyampaikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti?**

**Jawab:** Menurut saya sudah lumayan jelas, dikarenakan presenter AI lebih detail dan cepat dalam menyampaikan sebuah informasi.

8. **Menurut anda, apakah anda merasa presenter AI di Instagram @tvone.ai mampu menyampaikan berita dan informasi dengan baik?**

**Jawab:** Iya sudah pasti baik, karena presenter AI lebih terstruktur dengan teknologi dan lebih detail dalam menyampaikan informasi secara update ke media sosial.

9. **Menurut anda, apakah anda cenderung percaya sepenuhnya pada informasi dan berita yang disampaikan oleh presenter @tvone.ai dibandingkan dengan presenter asli manusia?**

**Jawab:** Saya lebih percaya dengan presenter asli, dikarenakan cara penyampaian presenter AI masih menggunakan bahasa yang kurang dapat di mengerti oleh sebagian orang.

10. Menurut anda, sejauh mana presenter AI @tvone.ai mampu mengubah emosi dan perasaan anda terhadap suatu informasi dan berita yang disampaikan?

**Jawab:** Sudah pasti dapat mengubah ekspresi kepada saya.

11. Menurut anda, bagaimana tentang kualitas berita dan informasi yang disampaikan oleh presenter AI di Instagram @tvone.ai?

**Jawab:** Sangat bagus dan efisien, selain itu juga dapat mengurangi kegiatan presenter asli (manusia).

12. Menurut anda, apakah presenter AI @tvone.ai mampu menyajikan berbagai macam informasi dan berita dengan cepat dan akurat kepada para pengikutnya di Instagram?

**Jawab:** Iya sudah pasti, dikarenakan bisa di akses oleh siapa saja dan dimana saja dengan menggunakan jaringan internet.

13. Menurut anda, apakah ada terdapat perbedaan persepsi antara generasi muda dan generasi tua terhadap hadirnya penggunaan presenter @tvone.ai di Instagram?

**Jawab:** Pastinya ada dikarenakan generasi tua masih banyak yang belum paham dan tau dengan hadirnya presenter AI.

14. Menurut anda, bagaimana tingkat kepuasan anda sebagai pengguna Instagram terhadap informasi dan berita yang disampaikan oleh presenter AI @tvone.ai?

**Jawab:** Saya pastinya sangat puas, karena bisa dikases dengan mudah di smartphone oleh setiap pengguna Instagram.

15. **Apakah anda memiliki saran dan masukan kepda akun Instagram @tvone.ai untuk meningkatkan penyampaian informasi dan berita di Instagram?**

**Jawab:** Kalau saran dari saya untuk logat atau bahasa yang dibawakan oleh presenter AI harus lebih bisa dimengerti agar para pendengar juga dapat memahami apa yang dibawakan oleh presenter AI.

### **Informan 5**

Nama : Fionna Salsabila Harahap  
Usia : 21 Tahun  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Alamat Tempat Tinggal : Jl. Ikri 2 Km.5 Kab. Bengkalis, Duri, Riau  
Waktu Pelaksanaan : Jumat, 28 Juni 2024 Pukul 14.30 Wib  
Tempat Wawancara : Google Meet

### **Wawancara**

1. **Apakah anda memiliki akun Instagram?**

**Jawab:** Iya, tentu saja saya memilki akun Instagram.

2. **Berapa lama anda menghabiskan waktu bermain Instagram?**

**Jawab:** 12 jam dalam sehari.

3. **Berapa lama anda mencari berita dan informasi di Instagram?**

**Jawab:** 5 jam dalam sehari.

4. **Seberapa sering anda mengakses akun Instagram Atvone.ai?**

**Jawab:**Iya saya pernah dan sering mengaksesnya.

5. **Menurut anda, bagaimana tingkat kepuasan anda terhadap penyampaian informasi oleh presenter AI di akun Instagram @tvone.ai?**

**Jawab:** Menurut saya kurang puas karena penyampaian informasi belum begitu jelas dan kita hanya mendengar suara tanpa bisa memastikan berita tersebut akurat atau tidak.

6. **Menurut anda, apakah anda lebih suka mendapatkan informasi dan berita dari presenter AI atau presenter asli manusia?**

**Jawab:** Menurut saya, saya lebih menyukai presenter asli. Karena ketika mereka menyampaikan informasi kita bisa melihat lebih jelas gerakan serta mimik wajah presenter tersebut sehingga kita lebih mudah mengerti dan memahami berita yang disampaikan.

7. **Menurut anda, apakah anda merasa presenter AI di Instagram @tvone.ai telah berhasil menyampaikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti?**

**Jawab:** Menurut saya belum begitu berhasil.

8. **Menurut anda, apakah anda merasa presenter AI di Instagram @tvone.ai mampu menyampaikan berita dan informasi dengan baik?**

**Jawab:** Menurut saya tentu saja mampu menyampaikan informasi dengan baik, tetapi berita yang disampaikan belum tentu akurat.

9. **Menurut anda, apakah anda cenderung percaya sepenuhnya pada informasi dan berita yang disampaikan oleh presenter @tvone.ai dibandingkan dengan presenter asli manusia?**

**Jawab:** Menurut saya belum, karena saya lebih percaya berita yang disampaikan oleh presenter asli.

10. Menurut anda, sejauh mana presenter AI @tvone.ai mampu mengubah emosi dan perasaan anda terhadap suatu informasi dan berita yang disampaikan?

**Jawab:** Menurut saya tidak begitu berpengaruh terhadap emosi dan perasaan.

11. Menurut anda, bagaimana tentang kualitas berita dan informasi yang disampaikan oleh presenter AI di Instagram @tvone.ai?

**Jawab:** Menurut saya kualitas berita yang disampaikan cukup bagus dan sesuai dengan berita yang sedang terjadi.

12. Menurut anda, apakah presenter AI @tvone.ai mampu menyajikan berbagai macam informasi dan berita dengan cepat dan akurat kepada para pengikutnya di Instagram?

**Jawab:** menurut saya, presenter AI Masih belum begitu mampu.

13. Menurut anda, apakah ada terdapat perbedaan persepsi antara generasi muda dan generasi tua terhadap hadirnya penggunaan presenter @tvone.ai di Instagram?

**Jawab:** Menurut saya iya, karena zaman yang semakin canggih jadi generasi muda hanya melihat berita dari sosial media seperti instagram, sementara generasi tua mencari berita dari televisi yang dibawakan oleh presenter asli.

14. Menurut anda, bagaimana tingkat kepuasan anda sebagai pengguna Instagram terhadap informasi dan berita yang disampaikan oleh presenter AI @tvone.ai?

**Jawab:** Menurut saya, cukup puas karena saya merasa sangat mudah mendapatkan informasi dan berita semenjak adanya akun Instagram tvone.ai.

**15. Apakah anda memiliki saran dan masukan kepda akun Instagram @tvone.ai untuk meningkatkan penyampaian informasi dan berita di Instagram?**

**Jawab:** Saran dari saya yaitu lebih memaparkan berita berita terkini dengan cepat dan lebih akurat.



## SURAT SELESAI RISET

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
Kampus I : Jalan Kalam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168 , Medan 20223  
Kampus II : Jalan Seiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 42402994, Medan 20122  
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ\_medanarea@uma.ac.id

---

### SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini selaku Dosen Pembimbing I dari mahasiswa yang namanya tersebut di bawah ini:

Nama : Jodi Setiawan  
NIM : 208530029  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Penelitian : Pemanfaatan Presenter AI Dalam Penyampaian Berita dan Informasi Pada Akun Instagram @Tvone.ai

Menyatakan bahwa mahasiswa bimbingan saya tersebut benar telah mengambil data dari Media Online Instagram dan Google meet Melalui internet mulai dari tanggal 24 Juni 2024 s/d 20 Agustus 2024 untuk data dalam menyusun Skripsinya.

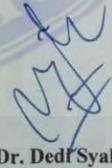
Demikian surat pernyataan ini diperbuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, 28 Agustus 2024

Diketahui  
Wakil Bidang Penjaminan Mutu Akademik

Dinyatakan oleh  
Dosen Pembimbing Skripsi,

  
**Dr. Selamat Riadi, SE, M.I.Kom**

  
**Dr. Deddy Syahputra, MA**



## DOKUMENTASI



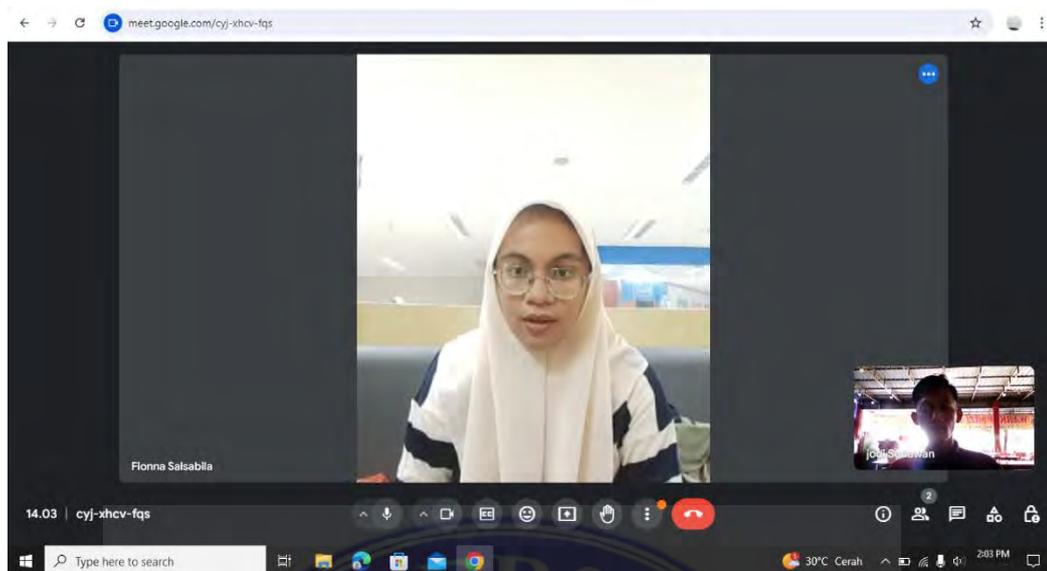
Gambar 1.

Dokumentasi wawancara ini dilakukan di aplikasi google meet bersama informan yang bernama: Roy Handoko.



Gambar 2.

Dokumentasi wawancara ini dilakukan di aplikasi google meet bersama informan pengguna instagram yang bernama: Akmal Widodo.



Gambar 3.

Dokumentasi wawancara ini dilakukan di aplikasi google meet bersama informan pengguna Instagram yang bernama: Fionna Salsabila Harahap.



Gambar 4.

Dokumentasi wawancara ini dilakukan di aplikasi google meet bersama informan pengguna Instagram yang bernama: Dedy Saputra.



Gambar 5.

Dokumentasi wawancara ini dilakukan di aplikasi google meet bersama informan pengguna Instagram yang bernama: Rian Maulana.

