

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Kemajuan teknologi digital di era 4.0 telah memicu perubahan secara signifikan pada berbagai sektor, termasuk industry media. Salah satu inovasi yang muncul dalam beberapa tahun terakhir adalah penerapan *Artificial Intelligence* (AI) dalam praktik jurnalisme, khususnya di televisi. Di Indonesia tvOne.AI, telah menjadi pelopor presenter *Artificial Intelligence* (AI) pada tahun 2023. Fenomena ini menimbulkan berbagai reaksi dari khalayak, termasuk mahasiswa Ilmu Komunikasi yang merupakan calon praktisi media di masa depan. Di beberapa negara, implementasi kecerdasan buatan sudah mencapai hampir 56%, terutama pada sektor industri (Ririh *et al.*, 2020). Salah satu efek yang dirasakan manusia sebagai hasil dari kehadiran kecerdasan buatan adalah kemampuan manusia untuk bekerja dengan lebih efisien dan produktif, yang secara langsung dapat mengarah pada kemajuan perekonomian suatu negara (Disemadi, 2021). Hadirnya kecerdasan buatan dalam kehidupan manusia adalah meningkatnya efisiensi dan produktivitas dalam berbagai bidang pekerjaan. Kehadiran *Artificial Intelligence* (AI) memungkinkan manusia untuk menyelesaikan tugas secara lebih cepat, tepat, dan terstruktur, sehingga kualitas hasil kerja semakin meningkat. Kondisi tersebut berdampak pada tingkat individu atau organisasi dan juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pembangunan ekonomi secara lebih luas. Meningkatnya produktivitas, suatu negara memiliki peluang lebih besar untuk mempercepat laju pertumbuhan ekonomi, memperluas inovasi, serta meningkatkan daya saing di era global yang semakin meningkat.

*Artificial Intelligence* (AI) mulai digunakan dan dimanfaatkan dalam bidang pertelevisian, terutama *broadcasting* dan jurnalisme, dan masyarakat Indonesia sangat memperhatikan perkembangan ini (Angelina, Putri, & Dwihadiah, 2024). Televisi salah satu media massa dengan jangkauan yang luas di Indonesia dan tidak luput dari gelombang perubahan. Dalam beberapa tahun terakhir, muncul tren global yang menempatkan *Artificial Intelligence* (AI) sebagai disruptor utama,

mengubah cara konten diproduksi, disajikan, dan dikonsumsi. Kehadiran presenter *Artificial Intelligence* (AI) ini menarik perhatian Masyarakat karena dianggap sebagai bentuk inovasi dalam penyajian berita, sekaligus menimbulkan mengenai otentisitas, keakuratan, dan nilai kemanusiaan dalam jurnanisme. Masyarakat Indonesia, yang sebagian besar masih terbiasa dengan kehadiran penyiar manusia yang memiliki ekspresi, intonasi, dan empati, kini dibayangkan pada bentuk baru transmisi berita yang sepenuhnya dihasilkan oleh mesin.

Teknologi *Artificial Intelligence* (AI) mulai mengubah praktik jurnanisme televisi di Indonesia. Salah satu contoh yang paling menonjol adalah peluncuran presenter tvOne.AI, yang menghadirkan avatar sebagai pembaca berita menggunakan teknologi pemodelan wajah, animasi, dan suara robot. Inovasi ini menarik perhatian publik karena beralihnya peran presenter manusia yang selama ini menjadi ikon utama dalam menyampaikan informasi di televisi. Jika dilihat melalui perspektif model komunikasi dasar yang dikemukakan oleh Lasswell (1948), fenomena ini dapat dijelaskan secara sistematis. Dalam konteks ini, *Who* merujuk pada lembaga penyiaran yang memproduksi pesan, yaitu tvOne sebagai komunikator yang memanfaatkan *Artificial Intelligence* (AI) sebagai representasi visual penyampai pesan. *Says What* tampak pada isi pesan berupa berita yang disajikan melalui teknologi presenter *Artificial Intelligence* (AI) yang dirancang menyerupai pembacaan berita oleh manusia.

Selanjutnya, *In Which Channel* merujuk pada medium komunikasi, yaitu *channel* YouTube tvOne.AI, yang kini menghadirkan format penyampaian berita berbasis kecerdasan buatan. Medium ini bukan hanya menyajikan informasi, tetapi juga memperkenalkan pengalaman baru bagi penonton dalam mengonsumsi konten jurnalistik. *To Whom* mengarah pada khalayak, dalam hal ini mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi dari Universitas Muhammadiyah Malang yang menjadi objek penelitian karena memiliki pengetahuan dasar tentang media, teknologi, dan etika jurnanisme sehingga mampu memberikan penilaian kritis terhadap penggunaan *Artificial Intelligence* (AI) dalam penyajian berita.

Terakhir, *With What Effect* berfokus pada bagaimana khalayak menerima, menafsirkan dan menilai kehadiran presenter *Artificial Intelligence* (AI). Kehadiran

*Artificial Intelligence* (AI) dalam jurnalisme televisi memunculkan berbagai tanggapan, mulai dari persepsi mengenai kredibilitas, keaslian, dan kualitas penyampaian informasi oleh presenter tvOne.AI. Bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi, penerapan teknologi ini menimbulkan pertanyaan penting mengenai masa depan profesi jurnalis, nilai-nilai jurnalisme autentik, serta batasan penggunaan AI dalam ruang produksi berita.



**Gambar 1. 1 Launching Presenter Berbasis AI**  
(Sumber : <https://www.tvOnenews.com>)

Salah satu contoh nyata penerapan *Artificial Intelligence* (AI) dalam dunia penyiaran di Indonesia adalah yang dilakukan oleh tvOne. tvOne menjadi pelopor dalam menghadirkan presenter buatan berbasis *Artificial Intelligence* (AI) yang pertama kali ditayangkan melalui platform digitalnya, yaitu YouTube tvOneNews. Masyarakat Indonesia dapat menyaksikan peluncuran presenter *Artificial Intelligence* (AI) berbahasa Indonesia melalui *chanel* YouTube tvOneNews pada acara “Apa Kabar Indonesia Malam”. Dalam *opening* acara tersebut memperkenalkan sosok Karni Ilyas sebagai presenter *Artificial Intelligence* (AI). Selain itu, pada acara “Apa Kabar Indonesia Malam” terdapat dua peluncuran presenter *Artificial Intelligence* (AI) perempuan bernama Sasya dan Nadira yang diperkenalkan bertepatan dengan Hari Kartini pada 21 April 2023. Kehadiran presenter *virtual* ini menjadi langkah strategis dalam menyesuaikan diri dengan era digital, sekaligus menunjukkan upaya inovatif dalam menyajikan informasi kepada khalayak. Fenomena tersebut menandai perubahan signifikan dalam praktik jurnalisme televisi, dimana proses penjualan berita tidak lagi sepenuhnya bergantung pada keberadaan manusia, tetapi juga dapat dilakukan oleh entitas

virtual yang diciptakan melalui teknologi kecerdasan buatan. Meskipun begitu, pada kenyataannya masyarakat harus bersikap adaptif dan memiliki pemahaman yang cukup akan dampak negatif dari perkembangan teknologi untuk menghindari keretakan pada nilai sosial (Ririh, Laili, Wicaksono, & Tsurayya, 2020). Di Indonesia, industri media masih berada dalam tahap transisi otomatisasi menuju berbasis AI. Banyak jurnalis dan tenaga kerja media yang belum memiliki keahlian teknis dalam mengoperasikan sistem AI, baik dalam pengolahan data, penyusunan berita berbasis algoritma, maupun pengelolaan presenter *Artificial Intelligence* (AI) dalam produksi siaran berita. Sebagian besar tenaga kerja media terbiasa dengan sistem produksi tradisional, sehingga diperlukan pelatihan dan peningkatan kapasitas agar mereka dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi ini. Beberapa penelitian terdahulu menyimpulkan bahwa penyerapan teknologi di Indonesia lebih rendah dibandingkan kawasan Asia Pasifik lainnya (Ririh *et al.*, 2020).

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (ICTs) mendorong inovasi dan akan terus berkembang termasuk teknologi kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence* (AI) yang semakin melekat dalam kehidupan manusia. Namun sayangnya penerimaan masyarakat Indonesia mengenai *Artificial Intelligence* (AI) masih tergolong cukup rendah (Ririh *et al.*, 2020), hal ini dikarenakan Indonesia mengalami banyak permasalahan dalam mengimplementasikan dan pengetahuan masyarakat Indonesia tentang *Artificial Intelligence* (AI) masih rendah walaupun sudah menjadi pengguna sejak beberapa tahun terakhir di berbagai aplikasi. Menjanjikan banyak kemajuan dan inovasi yang dapat membantu masyarakat dalam berbagai bidang kehidupan, penting juga untuk dipahami bahwa *Artificial Intelligence* (AI) memiliki implikasi sosial dan etika yang harus diperhatikan (Rickianto & Kurnia, 2023). Pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) dalam jurnalistik televisi tidak lagi sekadar wacana, melainkan telah diimplementasikan dalam berbagai bentuk, mulai dari transkripsi otomatis, hingga potensi untuk simulasi pembawa berita.

Penggunaan *Artificial Intelligence* (AI) dalam jurnalisme televisi menghadirkan sejumlah peluang dan tantangan. Di sisi lain, *Artificial Intelligence* (AI) memungkinkan efisiensi dalam produksi berita, mengurangi keterbatasan

sumber daya manusia, serta menghadirkan jurnalisme yang lebih cepat dan akurat. Namun di sisi lain, keberadaan presenter *Artificial Intelligence* (AI) menimbulkan kekhawatiran terkait keaslian, empati, serta dampaknya terhadap lapangan pekerjaan di industri penyiaran. Presenter *Artificial Intelligence* (AI) yang digunakan saat ini masih menghadapi kendala dalam meniru ekspresi manusia secara alami, membaca situasi secara fleksibel, serta beradaptasi dengan dinamika peristiwa yang berkembang. Presenter *Artificial Intelligence* (AI) tersebut dinilai tidak sesuai dengan ekspektasi, karena menyampaikan berita dengan nada datar pada jenis berita apapun, dan tidak bisa menampilkan emosi yang sesuai. Presenter *Artificial Intelligence* (AI) ini juga dianggap melahirkan polarisasi yang tajam di masyarakat, akibat berita politik yang disampaikan (Scrimgeour, 2024). Jika tidak diimbangi dengan peningkatan teknologi dan investasi berkelanjutan, penggunaan *Artificial Intelligence* (AI) dalam jurnalisme berpotensi menghadapi resistensi dari khalayak yang lebih mengutamakan aspek emosional dan kepercayaan terhadap jurnalis manusia. Topik ini penting diteliti karena penggunaan *Artificial Intelligence* (AI) dalam jurnalisme televisi berpotensi mengubah pola konsumsi berita masyarakat. Jika sebelumnya khalayak terbiasa dengan kehadiran presenter manusia yang memiliki emosi, ekspresi dan kredibilitas personal kini mereka bermain dengan ekspresi datar. Hal ini menimbulkan pertanyaan mendasar apakah khalayak dapat menerima presenter buatan sebagai sumber informasi yang kredibel? Bagaimana persepsi mereka terhadap aspek keaslian, kepercayaan dan kedekatan emosional yang biasanya melekat pada presenter manusia?

Meskipun *Artificial Intelligence* (AI) dapat membantu proses produksi berita, aspek *human touch* tetap menjadi faktor krusial dalam membangun kredibilitas dan kepercayaan audiens (Ndlovu, 2024). Berita yang disajikan dengan menarik tentu mampu mendorong khalayak untuk menonton, mendengarkan, maupun membaca. Tidak hanya isinya yang menarik, penyampaian informasi juga khalayak lebih mudah dipahami jika menggunakan bahasa yang sesuai. Dalam praktiknya, bahasa yang dipakai dalam pemberitaan adalah bahasa jurnalistik. Ciri dari bahasa jurnalistik yaitu: kalimat pendek, menggunakan kalimat aktif, bahasa yang positif, menarik, variatif, berkarakter, tuntas, lugas, logis, serta dinamis

(Mony, 2020). Presenter manusia mampu menyesuaikan gaya bahasa sesuai konteks berita. Misalnya, dalam berita politik mereka menggunakan bahasa yang formal dan serius, sedangkan dalam berita hiburan mereka bisa lebih santai dan komunikatif. Variasi gaya bahasa tersebut menjadi kekuatan utama manusia yang sulit digantikan sepenuhnya oleh AI. Gaya bahasa bisa diberi garis batas yang menunjukkan teknik menyampaikan pikiran menggunakan bahasa secara menarik dan khas sehingga menunjukkan jiwa dan kepribadian penulis atau pemakai bahasa (Restendy, Rizqiya, Mahmudah, Salam, & Umami, 2022). Presenter manusia tetap dianggap penting terutama dari aspek gaya bahasa dan emosional. Menurut Merdy, tidak semua penonton bisa menerima kehadiran presenter dan konten yang dihasilkan dari *Artificial Intelligence* (AI). Hal ini karena, presenter manusia tidak hanya bertugas menyampaikan informasi, tetapi juga membangun kedekatan emosional dengan audiens melalui intonasi suara, ekspresi wajah, gestur tubuh, serta gaya bahasa yang digunakan. Kehadiran unsur emosional ini menjadikan berita lebih hidup, meyakinkan, dan mudah diterima oleh khalayak.

Seorang presenter tidak hanya berperan sebagai pembaca berita semata, melainkan juga dituntut untuk melakukan riset serta memiliki wawasan yang luas. Hal ini penting karena presenter memegang peran strategis dalam menyampaikan informasi secara jelas, akurat dan menarik sehingga, kredibilitas media turut tercermin melalui kinerjanya. Berita televisi merupakan salah satu produk jurnalistik yang memiliki kekuatan besar dalam membentuk opini publik karena disampaikan secara langsung melalui audio visual. Selain itu, seorang presenter berita juga harus memiliki suara serta penampilan fisik sesuai standar (menarik), memiliki wibawa dan kepribadian yang kuat, serta memiliki pengetahuan dan juga keterampilan dalam jurnalistik (BASRA, 2023). Oleh karena itu, penulisan berita televisi memiliki karakteristik tersendiri dibandingkan media cetak atau media daring. Bahasa yang digunakan harus komunikatif, sederhana dan langsung pada inti informasi agar pesan dapat ditangkap dengan baik oleh khalayak. Hal ini, karena audiens menerima informasi berdasarkan apa yang ditangkap oleh mata dan telinga ketika menyaksikan siaran berita. Dalam praktiknya, berita televisi disampaikan oleh presenter di studio maupun reporter di lapangan. Keduanya dituntut untuk menyampaikan informasi secara singkat, padat, jelas, serta tidak

bertele-tele. Mereka harus mampu menonjolkan isi pokok berita tanpa banyak basa-basi. Dengan demikian, penguasaan kemampuan berbicara dan kemampuan berbahasa menjadi kompetensi utama bagi seorang pembaca berita. (Restendy *et al.*, 2022). Kesalahan dalam pelafalan, intonasi, atau pilihan kata dapat berimplikasi serius, mulai dari kesalahpahaman hingga memicu kontroversi di tengah masyarakat.

Selain itu, secara teknis ada keterbatasan dalam pengucapan, aksen dan pemenggalan kata oleh presenter *Artificial Intelligence* (AI). Presenter *Artificial Intelligence* (AI) sering menghadapi tantangan dalam mengucapkan kata-kata dengan benar, khususnya pada kata asing, istilah teknis, nama lokasi atau nama orang yang tidak umum. Kesalahan bisa berupa penggantian fonem, penghilangan bagian suara, atau penyusunan ulang suara yang membuat pengucapan terdengar terpotong. Presenter *Artificial Intelligence* (AI) sering dilatih pada standar baku sehingga modelnya belum memadai untuk menangani variasi aksen lokal seperti, bahasa daerah, variasi dialek, dan aksen asing. Aksentuasi yang tidak sesuai (*voice accentness*) memengaruhi bagaimana pengguna merespons secara sosial suara AI atau *voice assistant* suara dengan aksentuasi non standar menurunkan kepercayaan dan kedekatan emosional (Jones & Zellou, 2024). Presenter *Artificial Intelligence* (AI) mencoba meniru aksentuasi tertentu, sering terjadi ketidakselarasan antara intonasi, tekanan suku kata dan ritme yang mungkin digunakan oleh penutur asli. Hasilnya bisa terdengar asing atau kurang meyakinkan bagi pendengar. Selain itu, pemenggalan suku kata dan intonasi yang kurang fleksibel membuat penyampaian berita terasa monoton atau kaku. Studi terkini menunjukkan bahwa aksentuasi yang tidak sesuai atau pengucapan yang kurang natural dari suara sintetis berdampak pada persepsi audiens, mengurangi kepercayaan dan kedekatan emosional terhadap suara tersebut (Kuligowska, Kisielewicz, & Włodarz, 2018).

Fenomena tvOne.AI juga perlu dikritisi dari sisi relasi kuasa antara media dan khalayak. Penyajian berita melalui presenter *Artificial Intelligence* (AI) dapat membentuk ilusi netralitas dan objektivitas, seolah-olah informasi yang disampaikan bebas dari bias manusia. Padahal, media selalu memproduksi realitas melalui proses *encoding* yang sarat nilai, ideologi, dan kepentingan tertentu. Khalayak tidak lagi hanya berhadapan dengan pesan jurnalistik, tetapi juga dengan

teknologi sebagai bagian dari pesan itu sendiri. Hal ini berpotensi melemahkan kesadaran kritis khalayak jika teknologi diterima tanpa refleksi, sekaligus memperkuat dominasi media dalam mendefinisikan kebenaran dan realitas sosial.

Kemudian, bagaimana relevansi topik ini dengan mahasiswa Ilmu Komunikasi UMM sebagai calon praktisi dan intelektual media. Mahasiswa komunikasi berada dalam posisi dialektis, di satu sisi sebagai konsumen media, dan di sisi lain sebagai subjek kritis yang mampu membaca relasi kekuasaan di balik praktik jurnalistik berbasis *Artificial Intelligence* (AI). Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana mereka memaknai kehadiran presenter *Artificial Intelligence* (AI) apakah sebagai bentuk inovasi yang wajar, ancaman terhadap nilai-nilai jurnalistik, atau sebagai strategi kapitalistik industri media. Indonesia, kajian mengenai penerimaan khalayak terhadap presenter berita berbasis *Artificial Intelligence* (AI) masih terbatas, terutama di kalangan generasi muda dan pelajar yang memiliki pemahaman terhadap industri media. Sejumlah penelitian sebelumnya telah mengkaji peran *Artificial Intelligence* (AI) dalam media. Misalnya, studi (Timmins *et al.*, 2022) menunjukkan bahwa meskipun AI dapat meningkatkan kecepatan produksi berita, khalayak tetap menunjukkan skeptisisme terhadap akurasi dan objektivitas berita yang disampaikan oleh mesin. Sementara itu, (Timmins *et al.*, 2022) mengungkapkan bahwa penerapan *Artificial Intelligence* (AI) dalam jurnalisme menghadapi tantangan dalam membangun kepercayaan publik karena kurangnya aspek humanisasi dalam penyampaian berita.

Salah satu konsekuensi langsung dari penggunaan presenter AI adalah resiko hilangnya pekerjaan bagi presenter manusia dan tenaga penyiaran lainnya. Jika profesi presenter yang dahulu dilakukan oleh manusia digantikan oleh *Artificial Intelligence* (AI) secara keseluruhan, maka peran pembaca berita manusia bisa menyusut. Berdasarkan laporan terbaru dari Oxford *Economics* dan Cisco, peralihan ini berpotensi menciptakan hingga 28 juta pekerjaan baru dalam satu decade setara dengan sekitar 10% dari total angkatan kerja di negara-negara seperti Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand, dan Vietnam. Di sisi lain, transformasi ini juga akan memunculkan tantangan, seperti hilangnya 6,6 juta pekerjaan akibat kurangnya keterampilan yang sesuai, meskipun peluang baru di bidang seperti kecerdasan buatan terus berkembang (Imtikhani, Nugroho, & Farina,

2025). Termasuk juga pekerjaan pendukung seperti editor suara, pengisi suara, penyiar pengganti, dan bahkan reporter lapangan dapat terdampak jika *Artificial Intelligence* (AI) diperluas fungsinya ke liputan otomatis. Pergeseran ini memiliki implikasi tidak hanya pendapatan dari pekerjaan, tetapi juga profesional dan etika. Kualitas penyiaran, keberagaman suara dan representasi budaya mungkin terpengaruh. Ada pula dampak psikologis bagi presenter yang kehilangan pekerjaan atau menghadapi ancaman kehilangan pekerjaan karena teknologi. Respon publik dan kritikan terhadap penggunaan *Artificial Intelligence* (AI) sebagai pengganti manusia juga muncul dalam beberapa kasus.

Bagi mahasiswa lulusan jurusan Ilmu Komunikasi, peminatan Jurnalistik profesi sebagai presenter adalah salah satu jalur karir yang sangat relevan. Seiring perkembangan zaman tergerus oleh kemajuan sebagaimana profesi yang lain, semisal koran sebagai media cetak yang mulai digeser oleh portal atau *website* media online, penurunan pendengar radio akibat banyaknya *platform* media sosial yang lebih berfitur. Presenter sebagai profesi seiring perkembangan zaman tak menutup kemungkinan akan mengalami dinamika, entah implikasi teknologi, budaya, dan kebijakan hukum. Teknologi *artificial intelligence* atau kecerdasan buatan menjadi tantangan profesi presenter saat ini. *Artificial Intelligence* sebagai teknologi baru dalam beberapa kasus telah digunakan, artinya ia berhasil menggeser dari yang semula memanfaatkan tenaga manusia menuju teknologi robot atau avatar.

Di sisi lain efisiensi dari *Artificial Intelligence* (AI) ialah tidak perlu memberikan gaji dan efektif terdesain sesuai dengan konsep yang ada tanpa repot memberikan *breafing* setiap saat. Hal ini, menjadi suatu tantangan untuk lebih meningkatkan kompetensi, *skill*, dan kesadaran bagi mahasiswa yang ingin bercita-cita sebagai seorang presenter. Dalam penelitian ini penulis hendak mengungkap bahwasannya mahasiswa peminatan Jurnalistik, jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) menerima atau menolak tentang mentalitas, minat, dan perhatiannya terhadap presenter di tengah profesi ini di dominasi oleh *Artificial Intelligence* (AI). Adanya teknologi robot yang akan menggantikan profesi manusia, dinamika minat terhadap presenter sebagai profesi

ini menarik untuk menjadi dasar pengetahuan bagi mahasiswa peminatan Jurnalistik, secara khusus bagi seorang presenter.

Penting untuk mengetahui bagaimana khalayak, terutama mahasiswa Ilmu Komunikasi sebagai kelompok yang akan atau sedang memasuki dunia media mempersepsi isu penggantian pekerjaan ini. Apakah mereka melihat presenter *Artificial Intelligence* (AI) sebagai ancaman, peluang, atau tambahan? Apakah mereka mendukung penggunaan presenter *Artificial Intelligence* (AI) jika manusia digantikan, atau menginginkan regulasi agar manusia tetap terlibat? Kemampuan untuk beradaptasi dan memanfaatkan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) secara etis dan efektif akan menjadi aset berharga bagi lulusan Ilmu Komunikasi UMM, memungkinkan mereka untuk bersaing secara signifikan dalam era digital yang semakin didominasi oleh teknologi. Topik ini menjadi krusial dalam mempersiapkan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang (UMM), peminatan Jurnalistik menjadi praktisi media yang kompeten dan inovatif.

Dengan demikian, penelitian ini penting untuk diteliti karena peneliti ingin mengetahui bagaimana penerimaan khalayak pada penerapan presenter berita berbasis *Artificial Intelligence* (AI) dalam *channel* youtube tvOneAI tersebut khususnya dalam dunia jurnalistik apakah menerima atau menolak terhadap mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, peminatan Jurnalistik. Penelitian ini dengan menggunakan pendekatan studi resepsi, akan mengungkap bagaimana khalayak memaknai keberadaan presenter *Artificial Intelligence* (AI) berdasarkan pengalaman, nilai-nilai, dan pemahaman mereka tentang media. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **“Penerimaan Khalayak pada Penerapan Artificial Intelligence dalam Jurnalisme Televisi (Studi Resepsi Mahasiswa Komunikasi UMM terhadap Presenter Buatan oleh tvOne.AI)”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

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

Bagaimana penerimaan mahasiswa Ilmu Komunikasi, peminatan Jurnalistik Universitas Muhammadiyah Malang terhadap penggunaan presenter buatan oleh tvOne.AI?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh pemahaman tentang penerimaan mahasiswa Ilmu Komunikasi, peminatan Jurnalistik, Universitas Muhammadiyah Malang terhadap penggunaan presenter buatan oleh tvOne.AI melalui pendekatan studi resepsi.

## 1.4 Kegunaan Penelitian

### 1.4.1 Secara Akademis:

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan dalam kajian ilmu komunikasi. Khususnya dalam kajian penerimaan khalayak dan implementasi teknologi *Artificial Intelligence* (AI) dalam dunia jurnalisme televisi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan teori penerimaan dalam konteks media baru.

### 1.4.2 Secara Praktis:

- Pemberdayaan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) yang bergerak di bidang literasi media, kebebasan pers, hak publik atas informasi, serta advokasi etika media dan teknologi.
- Lembaga penyiaran dan media televisi, seperti tvOne, untuk memahami bagaimana generasi muda sebagai bagian dari khalayak utama memaknai dan merespons kehadiran presenter *Artificial Intelligence* (AI) sehingga, dapat menjadi bahan evaluasi dan inovasi dalam strategi produksi dalam penyajian berita.