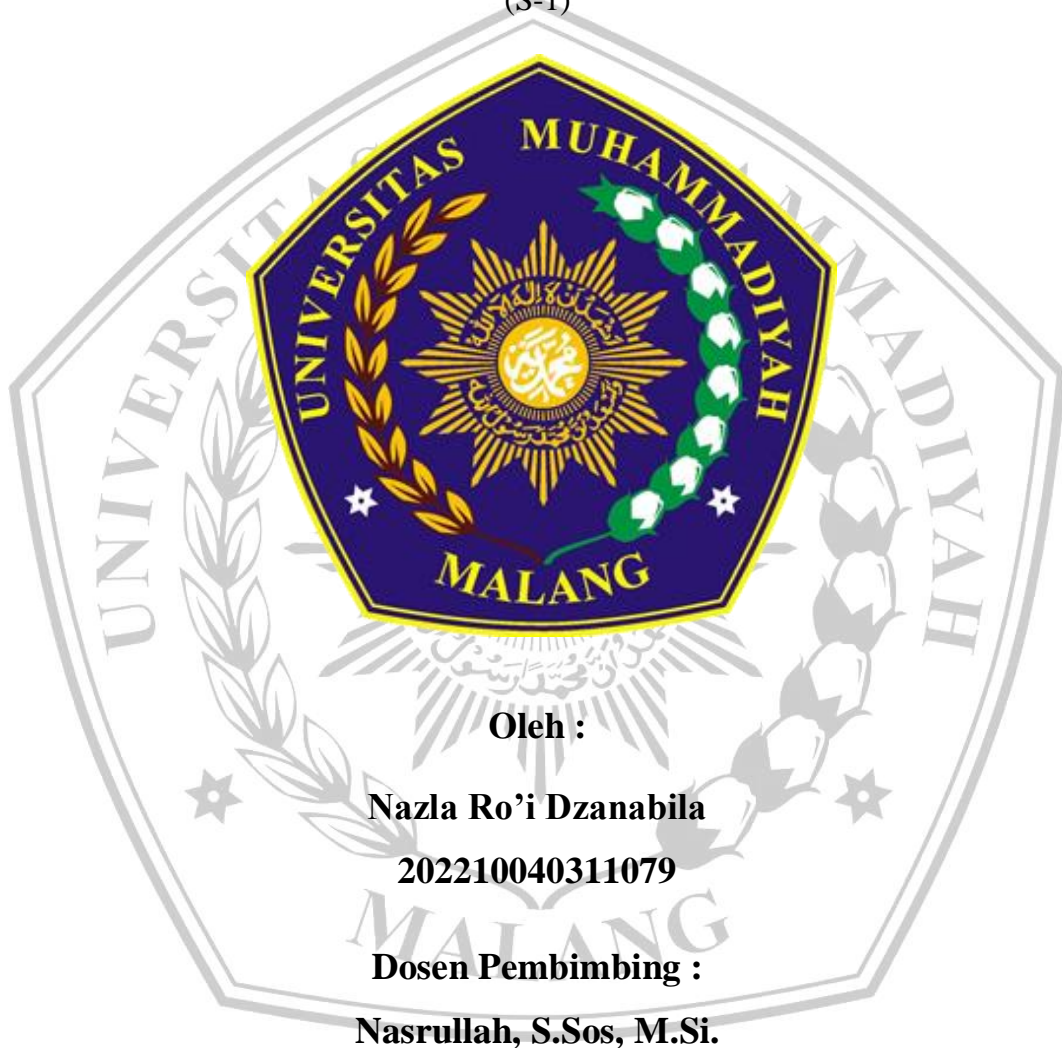


202210040311079  
Nazla Ro'i Dzanabila  
Prodi Ilmu Komunikasi

**Penerimaan Khalayak pada Penerapan Artificial Intelligence  
dalam Jurnalisme Televisi (Studi Resepsi Mahasiswa Komunikasi  
UMM terhadap Presenter Buatan oleh tvOne.AI)**

SKRIPSI Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Muhammadiyah Malang Sebagai Persyaratan untuk Mendapatkan Gelar Sarjana

(S-1)



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
ILMU KOMUNIKASI  
TAHUN 2026**

202210040311079  
Nazla Ro'i Dzanabila  
Prodi Ilmu Komunikasi

## LEMBAR SURAT PENGESAHAN

Penerimaan Khalayak pada Penerapan Artificial Intelligence  
dalam Jurnalisme Televisi (Studi Resepsi Mahasiswa Komunikasi  
UMM terhadap Presenter Buatan oleh tvOne.AI)

Diajukan Oleh :

Nazla Ro'i Dzanabila  
202210040311079

Telah disetujui

*Rabu / 7 Januari 2025*

Pembimbing I

  
Nasrullah, M. Si

Wakil Dekan I



Prako Susilo, M.Si.

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Novin Farid Stvo Wibowo, M.Si.

## LEMBAR PENGESAHAN

# SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Nazla Ro'i Dzanabila  
20210040311079

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan  
L U L U S

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana ( S I ) Ilmu Komunikasi  
Hari, tgl bulan tahun sidang  
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Dr. Farid Rusman, M. Si (  )
2. Aditya Dwi Putra Bhakti, M.Med.Kom. (  )
3. Nasrullah, M.Si. (  )

Mengetahui  
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



  
Dr. Loka Susilo, M.Si.

## SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Nazla Ro'i Dzanabila  
NIM : 202210040311079  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :  
Penerimaan Khalayak pada Penerapan Artificial Intelligence dalam Jurnalisme Televisi (Studi  
Resepsi Mahasiswa Komunikasi UMM terhadap Presenter Buatan oleh tvOne.AI)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 16 Desember 2025  
Yang Menyatakan,

Nazla Ro'i Dzanabila



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 080

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### SURAT KETERANGAN Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/XII

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama	: Nazla Ro'i Dzanabila
No. Induk Mahasiswa	: 202210040311079
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Penerimaan Khalayak pada Penerapan Artificial Intelligence dalam Jurnalisme Televisi (Studi Resepsi Mahasiswa Komunikasi UMM terhadap Presenter Buatan oleh tvOne.AI)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 16 Desember 2025  
Dosen Pembimbing

Nasrullah, S.Sos, M.Si



Kampus I  
Jl. Bangsal 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutarni No 158 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

202210040311079  
Nazla Ro'i Dzanabila  
Prodi Ilmu Komunikasi

## SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



Nomor : E.6.c/ /FISIP-UMM/XII/2025

UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:



NAMA : Nazla Ro'i Dzanabila

NIM 202210040311079



Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 7 (Tujuh) tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 16 Desember 2025

Ketua Program Studi

Novin Farid Styo Wibowo, M.Si



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sulaimi No 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 748 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 310 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Nazla Ro'i Dzanabila  
NIM : 202210040311079  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi : Penerimaan Khalayak pada Penerapan Artificial Intelligence dalam Jurnalisme  
Televisi (Studi Resepsi Mahasiswa Komunikasi UMM terhadap Presenter  
Buatan oleh tvOne.AI)

Disetujui,  
Pembimbing

Nasrullah, S.Sos, M.Si

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Novin Farid Styo Wibowo, M.Si



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 080

Kampus III  
Jl. Raya Togomas No 248 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN  
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

### LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:  
Penerimaan Khalayak pada Penerapan Artificial Intelligence dalam Jurnalisme Televisi  
(Studi Resepsi Mahasiswa Komunikasi UMM terhadap Presenter Buatan oleh tvOne.AI)

Oleh:

Nama : Nazla Roi' Dzanabila

NIM : 202210040311079

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 16 Desember 2025

Pembimbing I/Promotor

Nasrullah, S.Sos, M.Si

NIP.10303090338

### SURAT KETERANGAN




Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutami No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

### TANDA TERIMA PLAGIASI

 PROGRAM STUDI  
**ILMU KOMUNIKASI**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima  
Plagiasi


---

Nama : Nazla Ro'i Dzanabila  
NIM : 202210040311079

Hasil Plagiasi : 24/12 <sup>27/12</sup>

BAB I	23	12		
BAB II	12			
BAB III	20			

BAB IV	<u>28</u>	23	22	18
BAB V	1			
BAB VI	5			

 PROGRAM STUDI  
**ILMU KOMUNIKASI**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Malang, 29 Desember 2021.  
Kepala Prodi,  
M. Dasuki



## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Nazla Ro'i Dzanabila
2. NIM : 202210040311079
3. Program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : Penerimaan Khalayak pada Penerapan Artificial Intelligence dalam Jurnalisme Televisi (Studi Resepsi Mahasiswa Komunikasi UMM terhadap Presenter Buatan oleh tvOne.AI)
6. Pembimbing : Nasrullah, S.Sos, M.Si
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
14/3/2025	Pengajuan Judul "Penerimaan Khalayak pada Penerapan Artificial Intelligence dalam Jurnalisme Televisi (Studi Resepsi Mahasiswa Komunikasi UMM terhadap Presenter Buatan oleh tvOne.AI)"	✓
21/3/2025	Pengajuan BAB I-III	✓
22/4/2025	ACC BAB I-III	✓
1/7/2025	Seminar Proposal	✓
18/9/2025	Pengajuan BAB IV-VI	✓
21/11/2025	ACC BAB IV-VI	✓
9/12/2025	Seminar Hasil	✓

Malang, 16 Desember 2025  
Dosen Pembimbing

Nasrullah, S.Sos, M.Si



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutarni No 158 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 000

Kampus III  
Jl. Raja Togomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 454 318 (Hunting)  
F. +62 341 480 435  
E. webmaster@umm.ac.id

## BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI

Pada Hari: Senin, 9 Desember 2025

Pukul: 19.00 WIB

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

1. Nama : Nazla Ro'i Dzanabila
2. NIM : 202210040311079
3. Program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : Penerimaan Khalayak pada Penerapan Artificial Intelligence dalam Jurnalisme Televisi (Studi Resepsi Mahasiswa Komunikasi UMM terhadap Presenter Buatan oleh tvOne.AI)
6. Pembimbing : Nasrullah, S.Sos, M.Si
7. Penguji : Dr. Farid Rusman, M.Si

Seminar hasil dilakukan secara daring/ online melalui platform Zoom Meeting dengan tautan link: <https://us06web.zoom.us/j/83543121656?pwd=1rZvPKyYplyOUxx3mbDaetW6Ps9Pf>  
Dihadiri oleh dosen pembimbing, dosen penguji, dan 29 mahasiswa dengan daftar hadir terlampir. Penyajian seminar hasil dinyatakan LULUS/ TIDAK LULUS.

Dosen Pembimbing

Nasrullah, S.Sos, M.Si

Malang, 16 Desember 2025  
Dosen Penguji

Dr. Farid Rusman, M.Si

Mengetahui,  
Kaprosdi/Sekprodi Ilmu Komunikasi

Novin Farid Styo Wibowo, S. Sos, M.Si.



Kampus I  
Jl. Bendung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## LAMPIRAN AUDIENS SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS  
 MUHAMMADIYAH  
 MALANG



### DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	UNIVERSITAS
1	Ajeng Sekar	202110040311302	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
2	Rizma Verika Afiyanti	202210040311034	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
3	Mutiara Dewi	202210040311234	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
4	Dzatish Ridha Arfina	225120201111010	Ilmu Komunikasi	Universitas Brawijaya
5	Davia Tsabitah Putri	202210040311338	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
6	Dheko Dwi Arzhea	202310040311050	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
7	Niko Hardiyanto	202210040311058	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
8	Aevelina Sandra Fernanda	202210040311504	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
9	Nashwa Kayla Erika Putri	202210040311081	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
10	Fajar Iksanudin	202010040311193	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
11	Ananda Putra Rajasa	202210040311055	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
12	Zahra Zharifa Hariyanto	202210040311110	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
13	Sabrina Azzahra	202110040311499	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
14	Nugrahani Karina Tri Widodo	202410040110372	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
15	Sheril Ajeng Vriliana	202310410311161	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
16	Mila Varistin	202210040311060	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
17	Nurul Fazlurrahman Al Farisi	202310040311035	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
18	Verlanda Putri Asparingga	202210040311358	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
19	Amellia Syafitri Hidayat	220543601626	Pendidikan Tata Boga	Universitas Negeri Malang
20	Naufal Dzaky Rifat	231710101015		Universitas Negeri jember



Kampus I  
 Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
 P: +62 341 551 253 (Hunting)  
 F: +62 341 460 435

Kampus II  
 Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur  
 P: +62 341 551 149 (Hunting)  
 F: +62 341 582 000

Kampus III  
 Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
 P: +62 341 464 318 (Hunting)  
 F: +62 341 460 435  
 E: webmaster@umm.ac.id



UNIVERSITAS  
 MUHAMMADIYAH  
 MALANG



	Wafi			
21	Mochamad Ocky Dheo Firnanda	202010040311225	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
22	M Imron Rosady	202010040311556	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
23	Delvin Fahrul stevani	202210040311078	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
24	Putri Zakiyatun Nufus	194221007	Kesehatan Masyarakat	Universitas Airlangga
25	Keydy Rachelvin Maulana	202310040311004	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
26	Dias Sulistiani	202110040311147	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
27	Muhammad Ali Zaidan Ash Shiddiqin	202210040311065	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
28	Akbar	202010040311223	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
29	Anggi Aulia Mustika	234103050032	Psikologi	UIN Khas Jember

Malang, 16 Desember 2025  
 Dosen Pembimbing

Nasrullah, S.Sos, M.Si



Kampus I  
 Jl. Sandung 1 Malang, Jawa Timur  
 P: +62 341 551 253 (Hunting)  
 F: +62 341 460 435

Kampus II  
 Jl. Bendungan Sutami No 188 Malang, Jawa Timur  
 P: +62 341 551 148 (Hunting)  
 F: +62 341 562 060

Kampus III  
 Jl. Raya Tegomas No 246 Malang, Jawa Timur  
 P: +62 341 464 318 (Hunting)  
 F: +62 341 460 435  
 E: webmaster@umm.ac.id

## ABSTRAK

### ABSTRAK

Nazla Ro'i Dzanabila, Nim 202210040311079, Penerimaan Khalayak pada Penerapan Artificial Intelligence dalam Jurnalisme Televisi (Studi Resepsi Mahasiswa Komunikasi UMM terhadap Presenter Buatan oleh tvOne.AI) Bibliografi 14 buku, 43 jurnal ilmiah, dan 20 sumber pendukung lainnya Kata Kunci : Penerimaan Khalayak, Presenter Artificial Intelligence (AI), TVOne.AI, Teori Resepsi, Jurnalisme Televisi.

Perkembangan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) telah menghadirkan inovasi baru dalam industri penyiaran, salah satunya melalui penggunaan presenter buatan pada *channel* YouTube tvOne.AI. Inovasi teknologi ini menimbulkan beragam respons dari khalayak, khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi, peminatan Jurnalistik yang memahami praktik jurnalistik dan perkembangan media. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana siswa memaknai dan menerima penggunaan presenter AI dalam menyajikan berita televisi. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan bentuk penerimaan khalayak terhadap presenter tvOne.AI.

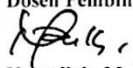
Penelitian ini menggunakan Teori Resepsi Stuart Hall untuk menjelaskan bagaimana khalayak memaknai media pesan melalui posisi dominan hegemonik, negosiasi, dan oposisi. Pembahasan kata kunci meliputi konsep penerimaan khalayak, jurnalisme televisi, serta penerapan *Artificial Intelligence* dalam Penerbitan. Presenter AI dipahami sebagai media representasi inovasi yang mempengaruhi persepsi audiens terhadap kredibilitas, emosionalitas, dan kualitas penyampaian berita. Kerangka konsep penelitian merangkum hubungan antara penyiaran inovasi teknologi dan penerimaan kehadiran Presenter AI oleh mahasiswa.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, jenis studi resepsi dengan teknik pengumpulan data *Indepth Interview*. Subjek penelitian terdiri dari 11 mahasiswa Ilmu Komunikasi, peminatan Jurnalistik yang telah menyaksikan konten presenter tvOne.AI, terbuka untuk berbagi opini tentang media dan teknologi.

Hasil menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki penerimaan yang berbeda terhadap presenter AI dengan kecenderungan pada posisi negosiasi karena menilai inovasi presenter AI digunakan saat tertentu. Namun, sebagian menerima sebagai inovasi pada posisi dominan hegemonik, sementara sebagian lagi menolak karena menganggap AI menurunkan kualitas jurnalistik pada posisi oposisi. Penelitian ini merekomendasikan evaluasi lebih lanjut terkait penggunaan AI dalam Penerbitan agar tetap menjaga kredibilitas berita.

Malang, 16 Desember 2025

Penulis  
  
Nazla Ro'i Dzanabila

Dosen Pembimbing  
  
Nasrullah, M. Si.

## KATA PENGANTAR

**AssalamualaikumWr.Wb.**

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, atas limpahan rahmat dan ridho-Nya, serta salam dan sholawat kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang **Penerimaan Khalayak pada Penerapan Artificial Intelligence dalam Jurnalisme Televisi (Studi Resepsi Mahasiswa Komunikasi UMM terhadap Presenter Buatan oleh tvOne.AI).**

Skripsi ini di susun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang. Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT. Yang telah memberikan kemudahan, kelancaran, kesehatan dan memberikan jalan atas usaha maupun do'a yang di panjatkan serta petunjuk dalam proses pengerjaan skripsi.
2. Bapak Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, SE., M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
3. Bapak Dr. Fauzik Lendriyono, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang
4. Bapak Novin Farid Styo Wibowo, S.Sos, M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang
5. Bapak Nasrullah, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberi pengetahuan, pengarahan, dan saran-saran yang membangun atas penelitian demi terselesaikannya tugas akhir ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen serta staf Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik, Universitas Muhammadiyah Malang.
7. Bapak Suhartana S.Pd dan Ibu Peni Lestari S.Pd selaku orang tua yang tidak pernah lelah atas do'a dan memberi segala sesuatu yang dibutuhkan guna menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Saudara kandung Ahmad Faris Mu'tashim, Agil Ulil Amri, dan Askiya Aswatul Izza atas dukungan, doa, serta kebersamaan yang selalu menguatkan penulis selama proses penyusunan skripsi.
9. Dini Fidyanti Devi, M.Psi selaku Psikolog yang selalu memberikan pendampingan, dukungan, dan penguatan emosional kepada penulis selama proses penelitian berlangsung.

10. Anggi Aulia sahabat yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
11. Sahabat yang selalu ada serta terlibat dalam penelitian skripsi membantu penulis, Sabrina Azzahra, Dheko Dwi Arzhea, dan Keydy Rachelvin Maulana.
12. Sahabat yang selalu ada dalam proses mengerjakan skripsi, Mutiara Dewi. Terima kasih telah menghibur dan mengisi kehidupan penulis dengan penuh warna.
13. Pengurus LSO Teater Sinden yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, atas dukungan, kebersamaan, dan pengalaman berharga yang telah diberikan kepada penulis.
14. Seluruh informan yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi berharga sehingga penelitian skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
15. Diri sendiri, yang telah memilih bertahan di hari-hari lelah, menata waktu di antara tuntutan pekerjaan dan kewajiban akademik. Belajar kuat saat raga hampir menyerah, dan tetap melangkah meski pelan. Terima kasih karena telah berjuang semaksimal mungkin, karena tidak berhenti meski berkali-kali ingin berhenti, dan karena terus percaya bahwa setiap letih ini suatu hari akan berakhir pada sesuatu yang layak diperjuangkan.

Penulis menyadari bahwasanya skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis bersedia menerima kritik dan saran yang bermanfaat dari seluruh pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya pembaca pada umumnya.

Malang, 29 Desember 2025

Penulis

MALANG Nazla Ro'i Dzanabila

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI</b> .....	iv
<b>SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH</b> .....	v
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	vi
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI</b> .....	vii
<b>TANDA TERIMA PLAGIASI</b> .....	viii
<b>BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI</b> .....	ix
<b>BERITA ACARA SEMINAR HASIL</b> .....	x
<b>LAMPIRAN AUDIENS SEMINAR HASIL</b> .....	xi
<b>ABSTRAK</b> .....	xiii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xvi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xx
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
1.4.1 Secara Akademis :.....	11
1.4.2 Secara Praktis :.....	11
<b>BAB II</b> .....	<b>12</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>12</b>
2.1 Televisi sebagai Media Komunikasi Massa.....	12
2.1.1 Pengertian Komunikasi .....	12
2.1.2 Pengertian Komunikasi Massa .....	13
2.1.3 Macam-Macam Media Komunikasi Massa.....	13

2.2	Televisi sebagai Industri Informasi .....	16
2.2.1	Televisi sebagai Industri Media.....	16
2.2.2	Pesan Komunikasi dalam Jurnalisme Televisi .....	17
2.2.3	Konvergensi Media Televisi .....	19
2.3	Audiens sebagai Publik.....	20
2.3.1	Audiens sebagai Masaa.....	20
2.3.2	Audiens sebagai Market.....	21
2.3.3	Pemberdayaan Audiens dan Peran LSM.....	22
2.4	Konsep Penerimaan Khalayak .....	23
2.4.1	Pemahaman Penerimaan Khalayak.....	23
2.4.2	Preferensi dan Interpretasi Khalayak.....	24
2.4.3	Resepsi dalam Konteks Media Baru .....	25
2.5	<i>Artificial Intelligence</i> (AI) dalam Media .....	26
2.5.1	Definisi <i>Artificial Intelligence</i> (AI) .....	26
2.5.2	Perkembangan Penerapan AI dalam Media .....	27
2.5.3	Studi dan Kasus Penerapan AI dalam Jurnalisme .....	29
2.5.4	Jurnalisme Televisi dalam Era <i>Artificial Intelligence</i> .....	30
2.5.5	Persepsi Publik Terhadap Presenter AI.....	32
2.6	Mahasiswa Komunikasi sebagai Khalayak Kritis .....	33
2.6.1	Khalayak Kritis.....	33
2.6.2	Karakteristik Mahasiswa Komunikasi Sebagai Partisipan Media.....	34
2.7	Teori Resepsi Stuart Hall.....	36
2.7.1	<i>Dominant Hegemonic</i> (Menerima).....	37
2.7.2	<i>Negotiated Position</i> (Belum Menentukan Sikap) .....	37
2.7.3	<i>Oppositional Position</i> (Menolak).....	37
2.8	Teori Kredibilitas Sumber ( <i>Source Credibility Theory</i> ).....	37
2.8.1	Keterpercayaan ( <i>Trustworthiness</i> ).....	37
2.8.2	Keahlian ( <i>Expertise</i> ) .....	38
2.8.3	Daya Tarik ( <i>Attractiveness</i> ).....	38
2.9	Penelitian Terdahulu.....	40
<b>BAB III</b>	.....	<b>45</b>
<b>METODE PENELITIAN</b>	.....	<b>45</b>

3.1 Paradigma Penelitian .....	45
3.2 Pendekatan Penelitian.....	45
3.3 Metode Penelitian .....	46
3.4 Tipe Penelitian .....	46
3.5 Subjek Penelitian.....	46
3.6 Sumber Data.....	47
3.6.1 Data Primer.....	47
3.6.2 Data Sekunder .....	47
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.7.1 <i>Interview</i> (Wawancara).....	48
3.7.2 Dokumentasi.....	54
3.8 Teknik Analisis Data.....	55
3.9 Uji Keabsahan Data.....	56
<b>BAB IV .....</b>	<b>57</b>
<b>GAMBARAN UMUM .....</b>	<b>57</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	57
4.1.1 Profile tvOne .....	57
4.1.2 Struktur Dewan Direksi tvOne .....	58
4.1.3 Visi dan Misi tvOne .....	58
4.1.4 Pembentukan tvOne.AI.....	59
4.1.5 Profile Ilmu Komunikasi.....	59
4.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	60
4.2.1 Waktu Penelitian.....	60
4.2.2 Tempat Penelitian .....	60
4.3 Gambaran Umum Subjek Penelitian .....	61
4.3.1 Subjek 1 .....	61
4.3.2 Subjek 2 .....	62
4.3.3 Subjek 3 .....	62
4.3.4 Subjek 4 .....	63
4.3.5 Subjek 5 .....	63
4.3.6 Subjek 6 .....	63
4.3.7 Subjek 7 .....	64

4.3.8 Subjek 8 .....	64
4.3.9 Subjek 9 .....	64
4.3.10 Subjek 10 .....	65
4.3.11 Subjek 11 .....	65
<b>BAB V.....</b>	<b>66</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>66</b>
5.1 Hasil Penelitian .....	66
5.1.1 Deskripsi Umum Data.....	66
5.1.2 Identifikasi Teks .....	66
5.2 Penerimaan Mahasiswa terhadap Presenter AI tvOne.AI.....	67
5.2.1 Penerimaan terhadap Gaya Bahasa.....	67
5.2.2 Penerimaan terhadap Intonasi.....	68
5.2.3 Penerimaan terhadap Ekspresi dan Gesture.....	70
5.2.4 Penerimaan terhadap Aspek Visual.....	72
5.2.5 Penerimaan Khalayak terhadap Dampak Presenter AI terhadap Profesi Jurnalistik.....	74
5.3 Pola Resepsi Mahasiswa Berdasarkan Model Encoding Decoding(AI)	77
5.4 Kredibilitas Presenter Artificial Intelligence (AI) Menurut Khalayak..	82
5.4.1 Keterpercayaan ( <i>Trustworthiness</i> ).....	82
5.4.2 Keahlian ( <i>Expertise</i> ) .....	83
5.4.3 Daya Tarik ( <i>Attractiveness</i> ).....	84
5.5 Hasil Pembahasan.....	87
5.5.1 Posisi Khalayak Dalam Penerimaan Penyampaian Informasi Presenter Tvone.AI.....	87
5.5.2 Posisi <i>Dominant/Hegemonic</i> .....	88
5.5.3 Posisi <i>Negotiated</i> .....	88
5.5.4 Posisi <i>Oppositional</i> .....	89
5.6 Implikasi Temuan Penelitian .....	94
5.6.1 Implikasi Akademis .....	95
5.6.2 Implikasi Praktis .....	95
5.6.3 Implikasi Sosial dan Budaya .....	96
<b>BAB VI.....</b>	<b>98</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>98</b>
6.1 Kesimpulan .....	98

202210040311079  
Nazla Ro'i Dzanabila  
Prodi Ilmu Komunikasi

6.2 Saran .....	99
6.2.1 Saran Akademis .....	99
6.2.2 Saran Praktis .....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>101</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>111</b>



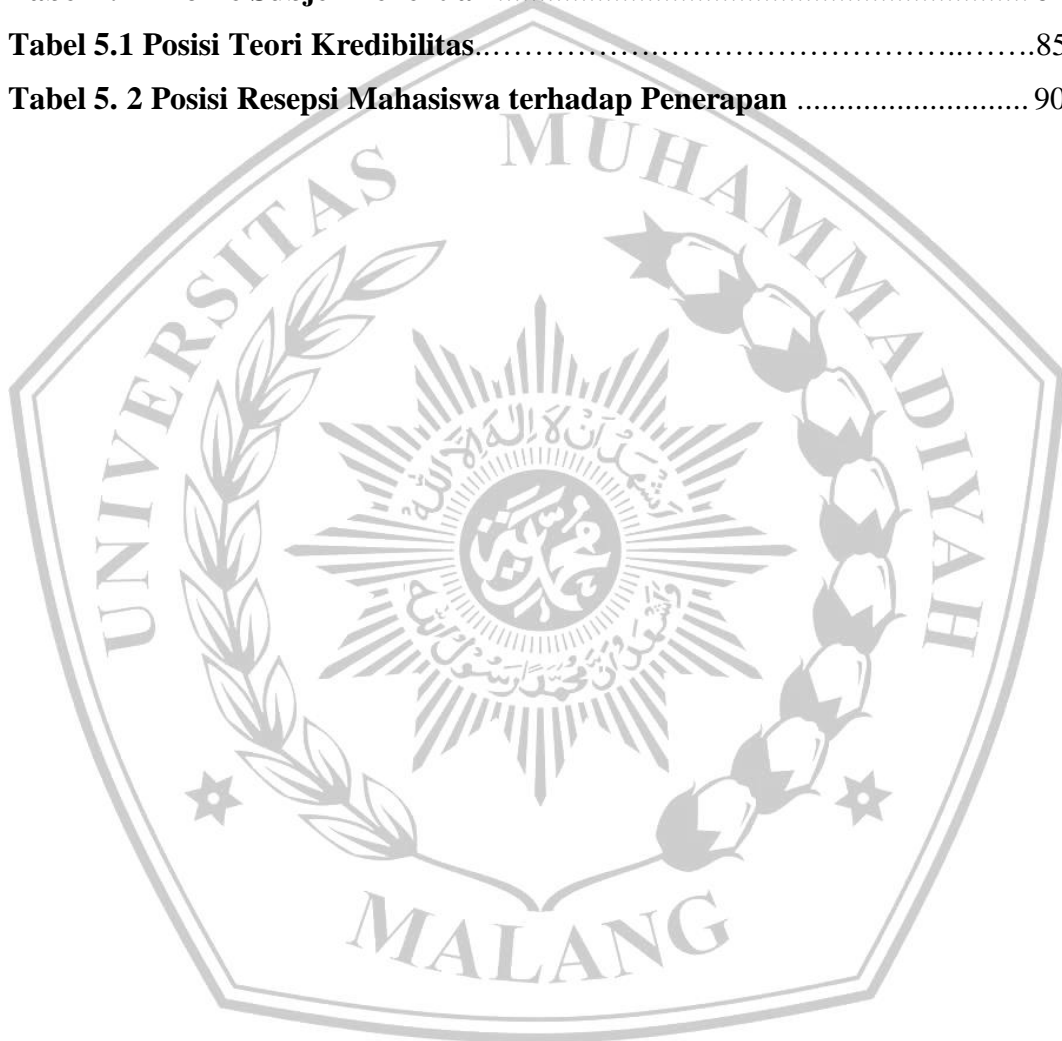
## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1 Chanel YouTube tvOneNews.....</b>	<b>3</b>
<b>Gambar 2. 1 Presenter Nadira .....</b>	<b>29</b>
<b>Gambar 4. 1 Profile TvOne .....</b>	<b>57</b>
<b>Gambar 4.2. Profile Chanel tvOne.AI.....</b>	<b>59</b>
<b>Gambar 5. 1 Gambar 5. 1 Ekspresi Presenter AI Nadira dan Sasya.....</b>	<b>70</b>
<b>Gambar 5. 2 Gambar 5. 1 Visual Presenter AI Nadira dan Sasya.....</b>	<b>72</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>40</b>
<b>Tabel 3. 1 Identitas Kegiatan Interview (Wawancara).....</b>	<b>49</b>
<b>Tabel 3. 2 Instrumen Penelitian Wawancara.....</b>	<b>49</b>
<b>Tabel 3. 3 Prosedur Pelaksanaan Wawancara .....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 3. 4 Etika Pelaksanaan Wawancara.....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 4. 1 Profile Subjek Penelitian .....</b>	<b>61</b>
<b>Tabel 5.1 Posisi Teori Kredibilitas.....</b>	<b>85</b>
<b>Tabel 5. 2 Posisi Resepsi Mahasiswa terhadap Penerapan .....</b>	<b>90</b>



## DAFTAR PUSTAKA

- Adzima, A. N. F. (2023). Analisis Resepsi Khalayak Generasi Z terhadap Lokalitas Dalam Film Lara Ati 2022, 25. Retrieved from <https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/232128>
- Ahmad, H. I. (2025). PROGRAM PEMAKNAN TERHADAP ACARA TALKSHOW METRO TV “KONTROVERSI: MISTERI LOCKER ROOM DI BALIK PEMECATAN STY” (Studi Resepsi Terhadap Pengurus Komunitas La Ngalam). Retrieved from <http://repository.unimus.ac.id/774/3/BAB II.pdf>
- Ali, W., & Hassoun, M. (2019). Artificial Intelligence and Automated Journalism: Contemporary Challenges and New Opportunities. *International Journal of Media, Journalism and Mass Communications*, 5(1), 40–49. Retrieved from <https://doi.org/10.20431/2454-9479.0501004>
- Aliffudin, A. (2024). Kebijakan Etis Redaksional Tv One Dalam Penggunaan Avatar Artificial Intelligence Sebagai News Caster. *Repository, Uinjkt.Ac.Id*. Retrieved from <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/76907%0A>
- Allaili, T. (2024). PRESENTER BERITA VIRTUAL ARTIFICIAL INTELLIGENCE DI CHANNEL YOUTUBE TVONEAI FAKULTAS DAKWAH JUNI 2024 PRESENTER BERITA VIRTUAL ARTIFICIAL. Retrieved from <http://digilib.uinkhas.ac.id/id/eprint/35991>
- Angelina, P., Putri, H., & Dwihadiah, D. L. (2024). Penerimaan Audiens terhadap Penggunaan Teknologi Kecerdasan Buatan sebagai Pembaca Berita di TV One Indonesia Audiens Technological Acceptance Of The Use on Artificial Intelligence as News Anchor in TV One Indonesia. *Jurnal SEMIOTIKA*, 18(1). Retrieved from <http://journal.ubm.ac.id/>
- Atawolo, C. T. T. (2021). *PEMAKNAN PESAN KONTEN INSTAGRAM @dropdeadofficial OLEH DIVISI KREATIF IKABAMA DALAM*

*STRATEGI PROMOSI BRAND MENGGUNAKAN ANTI-DESAIN.*

<https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/9574/>

- Aulia, R., & Srg, M. (2024). Peran Media Digital dalam Meningkatkan Keterlibatan dan Partisipasi Publik : Transformasi Komunikasi di Era Informasi dan Sosial. *Jurnal Sains Student Research*, 2(6), 506–513. Retrieved from <https://doi.org/10.61722/jssr.v2i6.3008>
- Axanta, V. (2020). Pemaknaan Rasisme Dalam Film (Analisis Resepsi Film Green Book). *SOURCE : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 226. Retrieved from <https://doi.org/10.35308/source.v6i2.2385>
- Baqir, M. H. (2025). *PROSES KREATIF SUTRADARA DALAM PRODUKSI FILM FIKSI PENDEK “MANUSIA TANPA SEBUTAN”*. Retrieved from <https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/16643/>
- Bhakti, S. E. (2020). Ruang publik dan media sosial: partisipasi politik mahasiswa indonesia. *Jurnal Kajian Media*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/10.25139/jkm.v4i1.2376>
- Binns, R., Kleek, M. Van, Veale, M., Lyngs, U., Zhao, J., & Shadbolt, N. (2018). It s Reducing a Human Being to a Percentage ’; Perceptions of Justice in Algorithmic Decisions. Retrieved from <https://doi.org/10.1145/3173574.3173951>
- Cangara, H. (2019). *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Keempat*. Depok: PT Raja Grafindo Persada. Retrieved 12 14, 2025
- Claude E Shannon, W. W. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*. University of Illinois Press. Retrieved 12 14, 2025
- Dadang Ridwan1, J. H. (2024). Kecerdasan Buatan dalam Jurnalisme : Retrospeksi Sepuluh Tahun Artikel Ilmiah (2014-2023). *Jurnal Media.*, (2021), 873–891. Retrieved from <https://doi.org/10.3390/journalmedia5030056>
- Dewi, E. P., Suwartane, I. G. A., Adriani, H., Rahmawati, K. J., & Ramadhana, T. (2023). Focus Group Discussion (FGD) Pendampingan dalam Perekrutan dan Pelatihan Kompetensi bagi Pemuda Desa Miskin Putus Kerja sebagai Pemandu Wisata Trekking

- Sentul, Bogor. *Ikra-Ith Abdimas*, 7(3), 8–15.  
<https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v7i3.2975>
- Dewi, S. S., & Hastjarjo, S. (2024). Persepsi Jurnalis Tentang Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) Dalam Pembuatan Berita : Studi Kasus Jurnalis Lokal Surakarta. *Jurnal Komunikasi Massa*, 17(2), 95–102. Retrieved from <https://jurnal.uns.ac.id/kom/>
- Dhiman, D. B. (2023). Does Artificial Intelligence Help Journalists: A Boon or Bane? *SSRN Electronic Journal*, (March).  
<https://doi.org/10.2139/ssrn.4401194>
- Disemadi, H. S. (2021). Urgensi Regulasi Khusus dan Pemanfaatan Artificial Intelligence dalam Mewujudkan Perlindungan Data Pribadi di Indonesia. *Jurnal Wawasan Yuridika*, 5(2), 177.  
<https://doi.org/10.25072/jwy.v5i2.460>
- Effendy, O. U. (1990). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PTREMAJA ROSDAKARYA. from <https://www.scribd.com/document/481330337/ILMU-KOMUNIKASI-Teori-dan-Praktik-Prof-Drs-Onong-Uchjana-Effendy-pdf#content=query:pesan%20komunikasi,pageNum:22,indexOnPage:0,bestMatch:false>
- Etumnu, E. W. (2024). Artificial Intelligence and Broadcasting in Information Driven Society : Imo State, Nigeria in Perspective, (December). <https://doi.org/10.5281/zenodo.14567502>
- Fiske, J. (2005). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo. Retrieved 12 15, 2025
- Fitri, R. N. (2024). *Media, Komunikasi, dan Jurnalistik di Era Digital: Teori, Praktik, dan Tantangan Masa Depan*. Banjarnegara: PT. Penerbit Qriset Indonesia. Retrieved 12 14, 2025, from <https://repository.qrisetindonesia.com/media/publications/586183-media-komunikasi-dan-jurnalistik-di-era-743e4969.pdf>
- Hall, S. (1993). *Encoding, Decoding, in During, S. The Cultural Studies Reader*. Psychology Press.

- Hariyadi, T. (2023). Strategi Konvergensi Tv One Menghadapi Era New Media. *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 1(2), 13–20. <https://doi.org/10.59408/netnografi.v1i2.9>
- Hariyadi, T. (2023b). STRATEGI KONVERGENSI TV ONE MENGHADAPI ERA NEW MEDIA Taufan Hariyadi Diterima Direvisi Disetujui. *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 1(2), 62–69. <https://doi.org/10.59408/netnografi.v1i2.9>
- Hastjarjo, S., & Dewi, S. S. (2025). Antara Peluang Dan Ancaman: Penggunaan Artificial Intelligence (Ai) Dalam Proses Produksi Berita Media Lokal Di Kota Surakarta. *Samyada Jurnal Riset Komunikasi, Media, Dan Public Relation*, 4(1), 1–14. <https://doi.org/10.53977/jsv.v4i1.2497>
- Hermana, G. Y., Fakhruroji, M., & Maarif, A. A. (2025). Penggunaan Artificial Intelligence pada Praktik Jurnalistik di Media TV ONE. *Annaba: Jurnal Ilmu Jurnalistik*, 10(1), 23–42. <https://doi.org/10.15575/annaba.v10i1.43430>
- Huang, Y.-H. (2022). Exploring the implementation of artificial intelligence applications among academic libraries in Taiwan. *Library Hi Tech*, 42. <https://doi.org/10.1108/LHT-03-2022-0159>
- Imtikhani, N., Nugroho, A., & Farina, T. (2025). Pengaruh Artificial Intelligence dalam Menggantikan Peran Manusia di Dunia Kerja Ditinjau dari Peraturan Pemerintah No 33 Tahun 2013 Tentang Perluasan Kesempatan Kerja. *Jurnal Sosial Teknologi*, 5(5), 1475–1496. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v5i5.32118>
- Indriani, T., & Pendengar, M. (2020). Gaya Bahasa Penyiar Program Cipaganti Dalam Menarik Minat Pendengar. *Jurnal Ilmu Jurnalistik*, 5(November), 427–440. Retrieved from <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/annaba%0AGaya>
- Iskandar. (2024, 3 6). Tren Pembawa Berita AI di Asia Termasuk Indonesia Memukau Dunia, Bagaimana Cara Kerjanya? Retrieved 4 25, 2025, from <https://www.liputan6.com/tekno/read/5543793/tren-pembawa-berita-ai-di-asia-termasuk-indonesia-memukau-dunia-bagaimana-cara-kerjanya>

- Jones, A., & Zellou, G. (2024). Voice accentedness, but not gender, affects social responses to a computer tutor. *Frontiers in Computer Science*, 6(September), 1–8.  
<https://doi.org/10.3389/fcomp.2024.1436341>
- Kuligowska, K., Kisielewicz, P., & Włodarz, A. (2018). Speech synthesis systems: Disadvantages and limitations. *International Journal of Engineering and Technology (UAE)*, 7(2), 234–239.  
<https://doi.org/10.14419/ijet.v7i2.28.12933>
- Lim, J. S., Donghee, S., Jun, Z., Stephen, M., Regina, L., & Kinsey, D. (2023). News Audiences in the Age of Artificial Intelligence: Perceptions and Behaviors of Optimizers, Mainstreamers, and Skeptics. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 67(3), 353–375. <https://doi.org/10.1080/08838151.2022.2162901>
- Machmud, M. (2018). *Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah* (Vol. 2). Selaras Media Kreasindo. Universitas Muhammadiyah Malang, 64.
- Marconi, F. (2020). *KECERDASAN BUATAN DAN MASA DEPAN JURNALISME*. Pers Universitas Columbia. 65 – 67.  
<https://dokumen.pub/newsmakers-artificial-intelligence-and-the-future-of-journalism-9780231549356.html>
- McQuail, D. (2012). *Analisis Audiens*. London: SAGE Publications, Inc.  
<https://doi.org/10.4135/9781452233406>
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail* (6 ed.). Jakarta: Penerbit Salemba Himanika.
- McQuail, D. (2010). *Teori Komunikasi Massa McQuail*. European Journal of Communication.
- Meyer, P. (1988). Defining and Measuring Credibility Of Newspapers: Developing an Index. *Journalism Quarterly*, 65(3), 567–574.  
<https://doi.org/10.1177/107769908806500301>
- Mochamad Nursalim, R. B. (2025). Jenis-Jenis Metode Pengumpulan Data (Qualitative Research). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 91, 9932-9938.  
Retrieved from <https://share.google/2VVpXOt3HpVk7UMWO>

- Mony, H. (2020). *Bahasa Jurnalistik : Aplikasinya dalam Penulisan Karya Jurnalistik di Media Cetak, Televisi, dan Media Online*. Yogyakarta: CV Budi Utama. Retrieved 11 1, 2025 from <https://repository.deepublish.com/media/publications/591445-bahasa-jurnalistik-aplikasinya-dalam-pen-8cd52ff0.pdf>
- Mosco, V. (2009). *The political economy of communication*. London: Sage Publications Lt. Retrieved 12 14, 2025 from <https://doi.org/10.4135/9781446279946>
- Ndlovu, M. (2024). Audience perceptions of AI-driven news presenters: A case of ‘Alice’ in Zimbabwe. *Media, Culture and Society*, 46(8), 1692–1706. <https://doi.org/10.1177/01634437241270982>
- Nurhakim, C. G., & Harahap, A. S. (2024). Daya Tarik Presenter AI dan Kepuasan Followers Terhadap Berita Attractiveness of AI Presenters and Followers ’ Satisfaction with News on Instagram TVONE. *AI. Publish*, 3(2), 130–243. <https://journal.univpancasila.ac.id/index.php/publish/article/view/7735/3295>
- Nur, R. R. (n.d.). Makna Hubungan Toxic dalam Film “Posesif” Studi Resepsi Pada Mahasiswi Anggota HIMAKOM Universitas Muhammadiyah Malang,” 21–27. <https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/6597/>
- Nurfajri, I., Teguh, E., Pratama, H., Tupamahu, G. S., Saputra, R., & Erwina, Y. (2025). Dampak Algoritma AI terhadap Komunikasi Publik : Memahami Manipulasi Informasi dan Realitas. *CONVERSE: Journal Communication Science*, 1(3), 1–13. Retrieved from <https://doi.org/10.47134/converse.v1i3.3543>
- Onasi, M. S. (2024). Pemaknaan Khalayak terhadap Sindiran Najwa Shihab atas Kasus Ferdy Sambo di TikTok (Studi Analisis Resepsi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMM). *Universitas Muhammadiyah Malang*, 7(2), 10–21. <https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/10748/>
- Oyedokun, I. (2023). Effects of adopting artificial intelligence presenters in broadcasting on audience perception and gratification of broadcast content, (August). <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.32818.99529>

- Paper, B. (2024). *BRIEFING PAPER ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) DAN ORGANISASI BERITA DI INDONESIA : Pemetaan Pemanfaatan dan Rekomendasi Artificial Intelligence (AI) dan Organisasi Berita di Indonesia : Pemetaan Pemanfaatan dan Rekomendasi untuk Stakeholder Media*, 19. Retrieved From <https://aji.or.id/data/artificial-intelligence-ai-dan-organisasi-berita-di-indonesia-pemetaan-pemanfaatan-dan>
- Putra, M. I. (2024, 4 2). Regulasi AI di Indonesia Belum Cukup, Perlu Aturan yang Lebih Spesifik. Retrieved 11 1, 2025, from KORAN JAKARTA: <https://koran-jakarta.com/2024-04-02/regulasi-ai-di-indonesia-belum-cukup-perlu-aturan-yang-lebih-spesifik?page=1>
- Rahmah, F. (2023, 4 26). *TvOne Kenalkan Tiga Presenter AI Baru, Cantik dan Menarik!* Retrieved 11 1 , 2025, from teknologi.id: [TvOne Kenalkan Tiga Presenter AI Baru, Cantik dan Menarik!-Teknologi](https://teknologi.id/tvone-kenalkan-tiga-presenter-ai-baru-cantik-dan-menarik!-teknologi)
- Restendy, M. S., Rizqiya, F., Mahmudah, M., Salam, M. R., & Umami, S. (2022). Teknik Presenter Dalam Membaca Berita (Gaya Bahasa Program Mata Najwa). *Jurnal Khabar Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(2), 159–176. Retrieved From <https://doi.org/10.37092/khabar.v3i2.270>
- Rickianto, A., & Kurnia, H. (2023). Revolusi Teknologi : Masa Depan Kecerdasan Buatan (AI) dan Dampaknya Terhadap Masyarakat. *Academy of Social Science and Global Citizenship Journal*, 3(1), 9–13. Retrieved from <https://doi.org/10.47200/aossagcj.v3i1.1837>
- Ririh, K. R., Laili, N., Wicaksono, A., & Tsurayya, S. (2020). Studi Komparasi Dan Analisis Swot Pada Implementasi Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence) Di Indonesia. *Jurnal Teknik Industri*, 15(2), 122–133. Retrieved From <https://doi.org/10.14710/jati.15.2.122-133>
- Rusman, F. (2025). *METODE-METODE PENELITIAN KOMUNIKASI*. Malang: UMM PRESS.
- Samsinar, S., & Syamsuddin, A. (2020). Pendidikan Literasi Media untuk Masyarakat dalam Menghadapi Tantangan Konten Media di Era Digital. 2746-4687 ( P ) alakka : Media dan Komunikasi Islam Konten Media di Era Digital Machine, 1(2), 137–148.

- Schram, W. (1954). *Mass media and national development: The role of information in the developing countries*. Stanford: Stanford University Press.
- Scrimgeour, G. (2024, 11 21). *The AI Reporter That Took My Old Job Just Got Fired*. Retrieved 9 30, 2025, from <https://www.wired.com/story/the-ai-reporter-who-took-%20my-old-job-just-got-fired/>
- S, K. R. V. (2024). Analisis Resepsi Konten Youtube Podcast Menuju Hari Film Indonesia (Studi Pada Produser Kine Klub Universitas Muhammadiyah Malang), 25–30. Retrieved From <https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/3398/>
- Sely Tan, & Yuri Alfrin Aladdin. (2018). Analisis Resepsi Pembaca Tribunnews.Com Dari Kalangan Mahasiswa/I Universitas Indonesia Terhadap Insiden “Kartu Kuning” Ketua Bem Ui. *Jurnal SEMIOTIKA*, 12(1), 65. <http://journal.ubm.ac.id/>
- Siregar, B., Abdullah, A. Z., & Solihin, O. (2022). Resepsi Mahasiswa Terhadap Pemberitaan Anies Baswedan Sebagai Calon Presiden. *Jurnal Common*, 6(2), 135–145. <https://doi.org/10.34010/common.v6i2.8476>
- Solihin, O., & Bahriyah, E. N. (2022). Pemanfaatan Big Data Untuk Literasi Digital Mahasiswa Bandung. *Tol Tomang*, (9), 11510. Retrieved from <https://doi.org/10.47007/jkomu.v18i02.401>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan Metode R & D*. Bandung: ALFABETA CV.
- Surabaya, B. (2023, 7 30). *Tak Hanya Good Looking, Presenter Harus Punya Wawasan yang Luas*. Retrieved 9 30, 2025, from kumparan.com: <https://kumparan.com/beritaanaksurabaya/tak-hanya-good-looking-presenter-harus-punya-wawasan-luas-20tJw3RNUdf>
- Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>

- Sweney, M. (2025, 9 8). Retrieved 11 1, 2025, from theguardian.com: [https://www.theguardian.com/business/2025/sep/08/mirror-publisher-jobs-ai-reach-express-star?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.theguardian.com/business/2025/sep/08/mirror-publisher-jobs-ai-reach-express-star?utm_source=chatgpt.com)
- Thomas W. Bohn, R. D. (1988). *Mass Media III: An*. New York: Longman Inc.
- Timmins, G. S., Cock, R. De, Carlson, A. D., Dupont, S., Mcdougall, C., & Haddock, S. (2022). Bagaimana orang bereaksi terhadap kegagalan AI? Bias otomatisasi, keengganan terhadap algoritma, (1999), 1–2. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmac029>
- TvOne. (2012, 2 3). *Tentang tvOne*. Retrieved 9 14, 2025, from tvonenews.com: <https://www.tvonenews.com/tentang-tvone>
- UB, P. (2024, 7 25). *Literasi Media dan Kritis di Kalangan Mahasiswa*. Retrieved 9 30, 2025, from <https://lib.ub.ac.id/berita/literasi-media-dan-kritis-di-kalangan-mahasiswa/>
- Wahidar, T. İ. & B. M. (2023). The Use of Artificial Intelligence Technology in News Production Processes: Automatic News Production. *Turkish Studies-Social Sciences*, 18(Volume 18 Issue 2), 527–545. <https://doi.org/10.7827/turkishstudies.67646>
- Wahyuti, T. laras. (2019). KAJIAN PROGRAM BERITA DI MEDIA TELEVISI, 01(01), 1–9. <https://journal.paramadina.ac.id/index.php/IK/article/view/175>
- Waruwu, M. (2024). Pendekatan Penelitian Kualitatif : Konsep, Prosedur, Kelebihan dan Peran di Bidang Pendidikan, 5, 198–211. Retrieved From [10.59698/afeksi.v5i2.236](https://doi.org/10.59698/afeksi.v5i2.236)
- Wijaya, E. (2020). Media Televisi Sebagai Sumber Informasi dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan (Tourism Destination) Di Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 33–40. Retrieved From <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jika>
- Xie, Y., Al Imran Bin Yasin, M., Agil Bin Shekh Alsagoff, S., & Hoon Ang Article Info, L. (2022). An Overview of Stuart Hall’s Encoding and Decoding Theory with Film Communication. *Multicultural Education*, 8(1), 190–198. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5894796>

Xue, K., Li, Y., & Jin, H. (2022). What Do You Think of AI? Research on the Influence of AI News Anchor Image on Watching Intention. *Behavioral Sciences*, 12(11). <https://doi.org/10.3390/bs12110465>

Yumiyanti, I. (2025, 3 3). AI Bisa Turunkan Kredibilitas Media, Ini Peringatan Pengamat UI. Retrieved 10 13, 2025, from detik.com: <https://www.detik.com/edu/edutainment/d-7804460/ai-bisa-turunkan-kredibilitas-media-ini-peringatan-pengamat-ui>

Yurmaini, Erliyanti, Sundari, D., & Anshari, K. (2024). Pendidikan dan Keislaman Pendekatan Dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Hibrul 'Ulama Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Keislaman*, 6(1), 83–90. Retrieved from <https://doi.org/10.47662/hibrululama.v6i1.762>

Zhang, Y. (2023). The Integration of Traditional Broadcasters with Artificial Intelligence in Television News Programmes. *SHS Web of Conferences*, 158 (February 2019), 02009. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202315802009>

