

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Selamat Pagi/Siang/Sore/Malam

Perkenalkan saya Dinda Virgia Yurendira, mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis 2021, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk keperluan tugas akhir/skripsi dengan mengangkat judul “Pengaruh *Brand Credibility, Technological innovation, User engagement* terhadap *Effectiveness of AI* serta dampaknya terhadap *Reader loyalty* Pada Pembaca Platform Media Digital Liputan6.com”

Adapun kriteria responden yang saya butuhkan yakni sebagai berikut:

1. Responden memiliki rentang usia antara 17 – 65 tahun.
2. Pembaca berita Liputan6.com khususnya pernah membaca/melihat berita pada konten berita yang disajikan oleh *AI presenter* Liputan6.com minimal 3 kali.
3. Responden berada di wilayah Jakarta.

Oleh karena itu, Jika Saudara/i memenuhi kriteria diatas, saya mohon kesediaan Saudara/i untuk meluangkan waktu sekitar 10 15 menit untuk mengisi kuesioner ini. Informasi dan jawaban yang Saudara/i berikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian saja.

Terima kasih atas partisipasi dan bantuannya, kontribusi Saudara/i sangat berarti bagi penelitian ini.

Salam Hormat,

Dinda Virgia Yurendira

Petunjuk: Berilah tanda (✓) dibawah sesuai kondisi Saudara/i saat menggunakan

Profile Data Diri

1.	Usia
	17 - 24 25 - 35 35 - 45 45 - 55 55 - 65
2.	Jenis Kelamin
	Laki - laki Perempuan
3.	Pendidikan Terakhir
	SMP SMA Diploma Sarjana Magister
4.	Pekerjaan
	Pelajar Mahasiswa PNS Karyawan Swasta Wirausahawan Lainnya
5.	Domisili
	Jakarta Barat Jakarta Pusat Jakarta Selatan Jakarta Timur Jakarta Utara Kepulauan Seribu

Seleksi Pembaca Liputan.com

1.	Apakah kamu pernah membaca atau melihat berita di liputan6.com yang disajikan oleh presenter AI?
	Ya Tidak (berhenti mengisi)
2.	Seberapa sering kamu membaca atau melihat berita di liputan6.com yang disajikan oleh presenter AI ?
	< 2 kali 3-4 kali > 5 kali

Petunjuk pengisian

Bacalah pernyataan yang ada di bawah ini dengan seksama, pilihlah skala yang sangat sesuai dengan menggambarkan diri Anda dari skala 1-5.

Keterangan:

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Netral (N)
- 4 = Setuju (S)
- 5 = Sangat Setuju (SS)

Brand credibility

No. Item	Pernyataan	(STS) 1	(TS) 2	(N) 3	(S) 4	(SS) 5
Seberapa anda setuju dengan pernyataan-pernyataan berikut (BC)*						
Reliability (keandalan)						
BC1	Saya percaya bahwa <i>AI presenter</i> Liputan6 menyampaikan berita secara objektif dan dapat diandalkan untuk mencari berita.					
BC2	Saya merasa yakin bahwa Liputan6 dapat diandalkan dan terus menjaga integritas informasinya melalui penyampaian berita dari <i>AI presenternya</i> .					
BC3	Saya mempercayai bahwa <i>AI presenter</i> Liputan6 tidak akan memberikan informasi yang hoax.					
Expertise (keahlian)						
BC6	<i>AI presenter</i> Liputan6 menampilkan kemampuan teknologi yang canggih dalam menyampaikan berita.					

No. Item	Pernyataan	(STS) 1	(TS) 2	(N) 3	(S) 4	(SS) 5
BC7	Saya menilai <i>AI presenter</i> Liputan6 memiliki kompetensi dalam menyampaikan informasi yang relevan dan akurat.					
BC8	Saya percaya bahwa teknologi AI yang digunakan Liputan6 didukung oleh tim profesional dan berpengalaman.					
Attractiveness (daya tarik)						
BC9	Desain visual dan tampilan <i>AI presenter</i> Liputan6 menarik serta memberikan kesan profesional.					
BC10	Identitas merek Liputan6 terlihat menarik dan membuat saya yakin untuk terus mengikuti beritanya.					
BC11	Citra keseluruhan dari <i>platform</i> Liputan6 terasa menarik dan membedakannya dari media lainnya.					

Technological innovation

No	Pernyataan	(STS) 1	(TS) 2	(N) 3	(S) 4	(SS) 5
Seberapa anda setuju dengan pernyataan-pernyataan berikut (TI)*						
Product Innovation (inovasi produk)						
TI1	Saya menilai bahwa kehadiran <i>AI presenter</i> merupakan inovasi baru yang berbeda dari sebelumnya dari Liputan6 dalam menyajikan berita digital.					
TI2	Teknologi AI yang digunakan dalam Liputan6 menghadirkan tampilan yang menarik minat baca.					
TI3	Saya menganggap <i>AI presenter</i> sebagai bentuk pembaruan produk yang memperkaya pengalaman membaca berita.					
Process Innovation (inovasi proses)						
TI4	Proses penyajian berita di Liputan6 menjadi lebih efisien dengan adanya <i>AI presenter</i> .					
TI5	Teknologi AI mempermudah penyajian berita secara real-time dan konsisten.					
TI6	<i>AI presenter</i> membuat alur produksi konten menjadi lebih cepat dan terotomatisasi.					
Business models related to Technological innovations (model bisnis baru)						
TI8	Kehadiran <i>AI presenter</i> membuka peluang strategi bisnis digital bagi Liputan6 dalam menarik perhatian pembaca digital.					
TI9	<i>AI presenter</i> berpotensi mengubah strategi bisnis digital Liputan6 dalam membangun keterlibatan pembaca melalui pendekatan berbasis teknologi.					
TI10	Inovasi ini menunjukkan bahwa Liputan6 mengadopsi strategi digital yang berbeda dari media konvensional lainnya.					

User engagement

No	Pernyataan	(STS) 1	(TS) 2	(N) 3	(S) 4	(SS) 5
Seberapa anda setuju dengan pernyataan-pernyataan berikut (UE)*						
Time on platform (waktu di platform)						
UE1	Saya menghabiskan banyak waktu lebih banyak untuk membaca atau berinteraksi dengan konten <i>AI presenter</i> di Liputan6.com.					
UE2	<i>AI presenter</i> membuat saya bertahan ingin lebih lama untuk menyimak konten berita.					
UE3	Kehadiran <i>AI presenter</i> membuat saya menonton atau membaca berita sampai selesai tanpa di lewatkan.					
Active Engagement (keterlibatan Aktif)						
UE4	Saya sering mengeklik berita lainnya dari Liputan6 setelah menonton <i>AI presenter</i> di Liputan6.					
UE5	Saya tertarik untuk membagikan berita yang disampaikan oleh <i>AI presenter</i> kepada orang lain.					
UE6	Saya aktif mengikuti berbagai topik yang dibawakan <i>AI presenter</i> di Liputan6.					
Interaction Frequency (Frekuensi Interaksi)						
UE9	Saya merasa lebih sering membuka aplikasi atau situs Liputan6 sejak ada <i>AI presenter</i> .					
UE10	Saya rutin mengakses berita dari <i>AI presenter</i> setidaknya sekali sehari.					
UE11	Sejak ada <i>AI presenter</i> , saya merasa frekuensi saya mengunjungi platform dan sosial media Liputan6.com meningkat.					

Effectiveness of AI

No	Pernyataan	(STS) 1	(TS) 2	(N) 3	(S) 4	(SS) 5
Seberapa anda setuju dengan pernyataan-pernyataan berikut (EA)*						
Ease of Use (kemudahan penggunaan)						
EA1	Saya merasa mudah memahami informasi yang disampaikan oleh <i>AI presenter</i> Liputan6.					
EA2	Saya merasa mudah mencari berita <i>AI presenter</i> Liputan6 tidak menyulitkan saya sebagai pengguna.					
EA3	Saya tidak membutuhkan bantuan teknis tambahan untuk menggunakan <i>AI presenter</i> Liputan6.					
Efficiency (Efisiensi)						
EA4	<i>AI presenter</i> Liputan6 membantu saya mendapatkan informasi berita lebih cepat.					
EA5	Saya merasa waktu yang saya gunakan untuk mengakses berita menjadi lebih efisien dengan <i>AI presenter</i> .					

No	Pernyataan	(STS) 1	(TS) 2	(N) 3	(S) 4	(SS) 5
EA6	<i>AI presenter</i> mempermudah saya dalam memilih dan memahami berita tanpa harus membaca seluruh artikel.					
Satisfaction (Kepuasan)						
EA7	Saya merasa puas dengan cara <i>AI presenter</i> menyampaikan berita di Liputan6.					
EA8	Saya merasa puas dengan pengalaman saya dapatkan setelah menonton berita yang disajikan <i>AI presenter</i> lebih menyenangkan.					
EA9	Saya akan merekomendasikan berita yang disajikan <i>AI presenter</i> kepada teman atau keluarga karena saya merasa puas menggunakannya.					

Reader loyalty

No	Pernyataan	(STS) 1	(TS) 2	(N) 3	(S) 4	(SS) 5
Seberapa anda setuju dengan pernyataan-pernyataan berikut (RL)*						
E-Trust (kepercayaan)						
RL1	Saya percaya bahwa berita yang disampaikan oleh <i>AI presenter</i> Liputan6 akurat dan dapat diandalkan.					
RL3	Saya percaya bahwa Liputan6.com adalah sumber berita yang jujur dan tidak memberikan berita tidak benar.					
RL4	Saya merasa Liputan6 memberikan saya kesan dapat dipercaya dengan menjaga integritas jurnalistik meskipun dengan teknologi AI.					
Emotional attachment (keterikatan emosional)						
RL6	Saya merasa terhubung secara emosional dengan Liputan6 karena sering mengakses berita dari <i>platform</i> ini.					
RL7	Komitmen Liputan6.com dengan menghadirkan <i>AI presenter</i> membuat saya merasa lebih terhubung dengan cara mereka menyampaikan informasi.					
RL8	Saya merasa kehilangan jika tidak membuka Liputan6 untuk mendapatkan berita terbaru.					
Value alignment (kesesuaian nilai)						
RL9	Nilai-nilai yang diusung oleh Liputan6, termasuk melalui <i>AI presenter</i> , sesuai dengan prinsip dan pandangan pribadi saya.					
RL10	Saya merasa bahwa Liputan6 menyuarakan hal-hal yang penting bagi masyarakat Indonesia, khususnya warga Jakarta.					
RL11	Saya lebih memilih Liputan6 karena kontennya sejalan dengan kepedulian saya terhadap informasi yang etis dan bertanggung jawab.					

Lampiran 2 Tabel Pra penelitian

Tabel Hasil Pra Penelitian

Pertanyaan	Responden 1	Responden 2	Responden 3	Responden 4	Responden 5
Q1: Sebelum melihat berita AI Liputan6, bagaimana pandangan Anda tentang kredibilitas Liputan6 sebagai media berita?	dapat dipercaya	Udah cukup terpercaya sih. Kadang suka nonton berita mereka, apalagi buat isu-isu aktual. Tapi ya, biasa aja kayak media mainstream lain.	Menurut saya liputan 6 memiliki kredibilitas yang baik dan menyajikan berita abt hoax	Saya melihat liputan 6 sebagai stasiun tv yang memberikan informasi yang bersifat aktual dan menarik untuk di tonton	Cukup kredibel sebagai media berita, terutama karena track record dan sumber informasinya.
Q2: Setelah menonton <i>AI presenter</i> dari Liputan6, apakah kredibilitas Liputan6 tetap mempengaruhi cara Anda melihat <i>AI presenter</i> ini?	tidak mempengaruhi	Iya, soalnya kan tetap di bawah " <i>brand</i> " Liputan6. Jadi meskipun AI, masih ada rasa percaya karena udah kenal medianya.	iya berarti liputan 6 menunjukkan kredibilitas mereka yang mumpuni	Tidak sama sekali, melainkan dengan adanya <i>AI presenter</i> memberikan fakta yang aktual	Ya, kredibilitas Liputan6 tetap berpengaruh terhadap cara saya melihat <i>AI presenter</i> ini.
Q3: Bagaimana pendapat Anda mengenai penggunaan <i>AI presenter</i> dalam menyampaikan berita? Apakah ini inovatif?	iya sangat inovatif, tapi kurang interaktif	Keren sih! Teknologi makin canggih aja. Ini sesuatu yang baru dan beda dari yang biasa. Tapi agak uncanny juga liatnya, haha.	sangat inovatif, tapi masih terlihat kaku dan kurang ekspresif	Inovatif dan informatif dan menghemat budget	Inovatif dalam dunia jurnalisme, tetapi masih perlu evaluasi dalam penyampaian yang lebih natural.
Q4: Apakah AI (Presenter) memberikan pengalaman baru dalam mengonsumsi berita dibandingkan presenter manusia?	tidak memberikan pengaruh	Sedikit iya, soalnya visualnya menarik. Tapi secara penyampaian berita, masih mirip kayak presenter biasa. Cuma feel-nya lebih kayak nonton konten futuristik.	iya memberikan pengalaman yang baru	Iya karena kebanyakan stasiun tv masih menggunakan presenter manusia	Ya, memberikan pengalaman baru, tetapi tidak seinteraktif presenter manusia.
Q5: Apakah AI (Presenter) mendorong Anda untuk lebih aktif berinteraksi dengan berita, seperti memberikan like, komentar, atau membagikan berita?	tidak	Mungkin iya, terutama kalau ada segment kreatif atau kontennya eye-catching. Kalo cuman berita standar, ya mungkin enggak.	tidak begitu	Iya karena AI adalah suatu hal yang baru bagi manusia	Tidak terlalu, karena elemen emosional dan spontanitas masih kurang.
Q6: Apakah Anda merasa lebih tertarik untuk menyimak berita yang disampaikan oleh <i>AI presenter</i> ?	tidak begitu	Agak penasaran sih. Awalnya pasti kepo karena unik, tapi kalau kontennya sama aja, lama-lama mungkin biasa juga.	tertarik karena ini menjadi inovatif yang membuat liat berita tidak membosankan	Tertarik	Cukup menarik dari segi teknologi, tetapi tidak lebih menarik dibanding presenter manusia.
Q7: Menurut Anda, apakah <i>AI presenter</i> sudah cukup efektif dalam menyampaikan berita? Apa alasannya?	meminimalisir SDM dan mengurangi cost produksi	Cukup efektif sih buat berita singkat. Suaranya jelas, dan delivery-nya smooth. Tapi kurang greget kalo buat berita berat atau emosional.	tidak tertalu	Iya sudah cukup di karenakan di dalam video tersebut mirip sekali dengan manusia, tidak ada perbedaan	Cukup efektif untuk penyampaian berita faktual, tetapi kurang dalam penyampaian berita yang butuh emosi atau analisis mendalam.
Q8: Apakah ada aspek tertentu yang membuat <i>AI presenter</i> kurang efektif dibandingkan presenter manusia? Jika ada, sebutkan.	interaktif	Kurang ekspresif. Presenter manusia bisa ngasih nuansa sedih, senang, atau serius lewat mimik wajah. AI masih datar kayak robot, wkwk.	tidak juga	Tidak ada	Kurang ekspresif, kurang spontan, dan belum bisa menyesuaikan nada bicara sesuai konteks berita.
Q9: Apakah Anda tertarik untuk terus menonton berita yang dibawakan oleh <i>AI presenter</i> ? Mengapa?	kurang tertarik, terlalu kaku	Bisa jadi, apalagi kalau dikembangkan lagi. Kalo misal ada fitur interaktif atau visual lebih keren, pasti makin asik.	iya tertarik karena memberikan pengalaman baru	Tertarik karena memberikan kesan yang baru kepada audiens	Tidak terlalu, kecuali ada peningkatan dalam interaksi dan naturalitas penyampaian.
Q10: Jika <i>AI presenter</i> terus digunakan oleh Liputan6, apakah Anda akan merekomendasikan berita Liputan6 kepada teman atau keluarga?	kurang	Boleh juga sih. Lumayan buat bahan obrolan, "Eh loh, beritanya pake robot!" 😂 Tapi tetep, kontennya harus tetap berkualitas ya.	sepertinya bila nanti presenter AI liputan 6 ini terus di kembangkan	Iya karena menarik untuk di tonton	Mungkin, tetapi lebih kepada aspek teknologi AI-nya daripada kualitas penyampaian beritanya.

Sumber: Diolah peneliti (2025)

Tabel Hasil Pra Penelitian

Pertanyaan	Responden 6	Responden 7	Responden 8	Responden 9	Responden 10
Q1: Sebelum melihat berita AI Liputan6, bagaimana pandangan Anda tentang kredibilitas Liputan6 sebagai media berita?	Kredibilitasnya cukup baik sejauh ini	Tidak kredibel, karena ai tidak punya hati. Melihat membawakan berita saja menjadi meragukan untuk di percaya beritanya.	Menurut saya, liputan6 memiliki reputasi yang cukup baik sebagai media berita arus utama di Indonesia. Dengan pengalaman panjang dan tim redaksi profesional, media ini umumnya dianggap kredibel, meski tetap perlu sikap kritis.	Sebagai media berita ternama, Liputan6 memiliki reputasi yang baik dan terpercaya.	Saya rasa Liputan6 cukup kredibel sebagai media berita karena sudah lama berdiri dan sering muncul dalam hasil pencarian di internet. Namun, saya jarang membaca berita, terutama yang panjang. Jika ada di media sosial, mungkin saya akan lebih tertarik untuk melihatnya.
Q2: Setelah menonton <i>AI presenter</i> dari Liputan6, apakah kredibilitas Liputan6 tetap mempengaruhi cara Anda melihat <i>AI presenter</i> ini?	Cukup berpengaruh mengingat teknologi AI bisa saja disalahgunakan oleh oknum.	Mempengaruhi lebih buruk.	Ya, kredibilitas Liputan6 tetap memengaruhi cara saya melihat <i>AI presenter</i> ini. Sebagai media yang terpercaya, saya cenderung lebih menerima inovasi ini dengan positif, meski tetap mempertimbangkan akurasi dan objektivitas kontennya.	Kredibilitas Liputan6 tetap membuat <i>AI presenter</i> terlihat lebih dapat diandalkan.	Menurut saya, kredibilitas Liputan6 tetap berpengaruh dalam cara saya melihat <i>AI presenter</i> ini. Karena Liputan6 sudah dikenal sebagai media berita yang cukup terpercaya. Namun, saya tetap akan melihat bagaimana AI ini bekerja, apakah penyampaiannya jelas, akurat, dan tidak bias, sebelum benar-benar percaya.
Q3: Bagaimana pendapat Anda mengenai penggunaan <i>AI presenter</i> dalam menyampaikan berita? Apakah ini inovatif?	Sangat inovatif	Inovatif tapi tidak kredibel.	Menurut saya, penggunaan <i>AI presenter</i> dalam menyampaikan berita adalah langkah yang inovatif. Teknologi ini mampu menghadirkan informasi dengan cara yang modern dan efisien, meski tetap penting untuk memastikan akurasi dan keterlibatan manusia.	Penggunaan <i>AI presenter</i> cukup inovatif dan menarik sebagai teknologi baru dalam penyampaian berita.	Menurut saya, penggunaan <i>AI presenter</i> dalam menyampaikan berita adalah inovasi yang menarik. Teknologi ini bisa membuat penyampaian berita lebih efisien dan mungkin lebih konsisten dalam hal penyajian informasi. Namun, tetap ada pertanyaan seberapa baik AI ini dalam memahami konteks berita dan menyampaikannya dengan nuansa yang tepat.
Q4: Apakah AI (Presenter) memberikan pengalaman baru dalam mengonsumsi berita dibandingkan presenter manusia?	Sama saja	Tidak	Ya, <i>AI presenter</i> memberikan pengalaman baru dalam mengonsumsi berita. Penyampaiannya terasa lebih modern dan futuristik, meski kurangnya ekspresi manusiawi bisa membuatnya terasa kurang	<i>AI presenter</i> memberikan pengalaman baru, tetapi masih terasa kurang alami dibandingkan presenter manusia.	<i>AI presenter</i> tentu memberikan pengalaman baru dalam mengonsumsi berita dibandingkan dengan presenter manusia. Dengan AI, berita bisa disampaikan secara lebih cepat, konsisten, dan tanpa keterbatasan waktu atau kelelahan. Jadi, pengalaman yang diberikan <i>AI presenter</i> memang berbeda, tetapi apakah lebih baik atau tidak tergantung pada preferensi masing-masing penonton
Q5: Apakah AI (Presenter) mendorong Anda untuk lebih aktif berinteraksi dengan berita, seperti memberikan like, komentar, atau membagikan berita?	Cukup mempengaruhi interaksi saya	Tidak	<i>AI presenter</i> mungkin belum sepenuhnya mendorong saya untuk lebih aktif berinteraksi dengan berita. Meskipun inovatif, faktor emosional dan kedekatan yang biasanya dimiliki presenter manusia masih berperan penting dalam membangun keterlibatan tersebut.	Tidak terlalu berpengaruh terhadap keinginan untuk berinteraksi dengan berita.	Bagi saya, <i>AI presenter</i> belum tentu membuat saya lebih aktif berinteraksi dengan berita. Jika penyampaiannya menarik dan informatif, mungkin saya akan tetap memberikan like atau membagikannya. Jadi, semuanya tergantung pada bagaimana AI ini menyampaikan berita dan apakah bisa membuat saya merasa terlibat

Pertanyaan	Responden 6	Responden 7	Responden 8	Responden 9	Responden 10
Q6: Apakah Anda merasa lebih tertarik untuk menyimak berita yang disampaikan oleh <i>AI presenter</i> ?	Cukup tertarik	Tidak	Secara pribadi, saya merasa lebih tertarik menyimak berita yang disampaikan oleh presenter manusia. Interaksi yang lebih alami dan ekspresi emosional membuat penyampaian berita terasa lebih hidup dan mudah diikuti	Tertarik, tetapi masih lebih nyaman dengan presenter manusia.	Saya pribadi mungkin tidak langsung merasa lebih tertarik hanya karena berita disampaikan oleh <i>AI presenter</i> . Ketertarikan saya lebih bergantung pada konten berita itu sendiri dan penyampaiannya. Namun, jika terasa kurang alami atau terlalu kaku, saya akan merasa kurang terhubung dan lebih memilih presenter manusia
Q7: Menurut Anda, apakah <i>AI presenter</i> sudah cukup efektif dalam menyampaikan berita? Apa alasannya?	Cukup efektif mengingat hasil yang disampaikan sama dengan presenter aslinya	Tidak, karena akan di pertanyakan keaslian berita yang dibawa, apakah asli atau dibuat dengan AI.	Menurut saya, <i>AI presenter</i> belum cukup efektif dalam menyampaikan berita. Meskipun teknologi ini menarik, kurangnya ekspresi dan interaksi emosional membuat penyampaian berita terasa kurang dibanding manusia.	Cukup efektif dalam menyampaikan berita, tetapi masih perlu penyempurnaan dalam ekspresi dan intonasi.	Menurut saya, <i>AI presenter</i> sudah bisa efektif dalam menyampaikan berita, terutama dalam hal kecepatan dan konsistensi penyampaian informasi. AI dapat menyampaikan berita secara cepat tanpa kesalahan atau kelelahan. Jadi, meskipun efektif dalam hal teknis, ada aspek tertentu yang mungkin masih kurang dibandingkan dengan penyampaian oleh manusia
Q8: Apakah ada aspek tertentu yang membuat <i>AI presenter</i> kurang efektif dibandingkan presenter manusia? Jika ada, sebutkan.	Penyampaian yang terlihat sedikit kaku sehingga agak kurang nyaman saat menonton berita	Banyak, salah satunya perasaan	Menurut saya, <i>AI presenter</i> belum cukup efektif dalam menyampaikan berita. Meskipun inovatif, penyampaiannya terasa kurang natural dan kurang mampu membangun koneksi emosional	urang ekspresif dan terasa kurang natural dalam berbicara.	Menurut saya, efektivitas <i>AI presenter</i> dalam menyampaikan berita tergantung pada beberapa faktor. Selain itu, faktor kepercayaan juga berpengaruh, apakah audiens merasa nyaman menerima informasi dari AI dibandingkan manusia?
Q9: Apakah Anda tertarik untuk terus menonton berita yang dibawakan oleh <i>AI presenter</i> ? Mengapa?	Cukup tertarik karena sedikit menghibur dan inovatif	Tidak, karena tidak dapat merasakan berita yang dibawa.	Saya kurang tertarik untuk terus menonton berita yang dibawakan oleh <i>AI presenter</i> . Meskipun teknologi ini menarik, saya merasa penyampaian berita oleh manusia tetap lebih engaging karena adanya ekspresi dan empati yang membuat informasi lebih hidup	Mungkin, tergantung pada pengembangan lebih lanjut <i>AI presenter</i> .	Saya pribadi mungkin akan tertarik untuk terus menonton berita yang dibawakan oleh <i>AI presenter</i> jika penyampaiannya efektif dan informatif. Namun, saya lebih cenderung merasa nyaman dengan berita yang dibawakan oleh presenter manusia Jadi, tergantung seberapa baik AI ini beradaptasi dengan cara manusia menyampaikan berita
Q10: Jika <i>AI presenter</i> terus digunakan oleh Liputan6, apakah Anda akan merekomendasikan berita Liputan6 kepada teman atau keluarga?	Bisa jadi	Tidak	Kemungkinan tidak, karena saya lebih mengapresiasi penyampaian berita yang lebih humanis dan interaktif.	Bisa, jika <i>AI presenter</i> terus berkembang menjadi lebih baik.	Jika <i>AI presenter</i> terus digunakan oleh Liputan6, saya mungkin akan tetap merekomendasikan berita Liputan6, asalkan kualitas beritanya tetap baik dan informatif.. Tentunya, faktor kenyamanan dalam menikmati berita juga penting, jadi saya akan melihat bagaimana perkembangan penggunaan <i>AI presenter</i> ini

Sumber: Diolah peneliti (2025)

Lampiran 3 Matriks Penelitian Terdahulu

Tabel Matriks Penelitian Terdahulu

No.	Judul	Variabel Relevan	Hasil penelitian
1.	<i>Investigating the impact of intelligent personal assistants on the purchase intentions of Generation Z consumers: The moderating role of Brand credibility</i> (Guo & Luo, 2023).	<i>Brand credibility, Effectiveness of AI</i>	<i>Brand credibility</i> berpengaruh secara positif dan signifikan dalam meningkatkan <i>Effectiveness of AI</i> dalam mendorong keputusan pembelian pengguna Generasi Z.
2.	<i>AI service impacts on brand image and customer equity: empirical evidence from China</i> (Yuan et al., 2023)	<i>Brand credibility, Effectiveness of AI, Reader loyalty</i>	Teknologi AI pada <i>brand</i> yang memiliki kredibilitas tinggi menghasilkan peningkatan efektivitas AI dalam membangun citra <i>brand</i> dan Loyalitas.
3.	<i>Assessing the impact of AI-chatbot service quality on user e-brand loyalty through chatbot user trust, experience and electronic word of mouth</i> (Shahzad et al., 2024)	<i>Brand credibility, Effectiveness of AI, Reader loyalty</i>	AI yang berkualitas tinggi yang didukung <i>brand</i> dengan kredibel akan membangun kepercayaan pengguna dan dapat meningkatkan loyalitas terhadap <i>brand</i> .
4.	<i>Artificial intelligence-driven innovation for enhancing supply chain resilience and performance under the effect of supply chain dynamism: an empirical investigation</i> (Belhadi et al., 2024)	<i>Technological innovation, Effectiveness of AI</i>	Inovasi teknologi berbasis AI secara signifikan meningkatkan efektivitas pada operasional rantai pasok, khususnya dalam kondisi pasar yang dinamis.
5.	<i>Acceptability and effectiveness of artificial intelligence therapy for anxiety and depression (Youper): Longitudinal observational study</i> (Mehta et al., 2021)	<i>User engagement, Effectiveness of AI</i>	<i>User engagement</i> yang tinggi secara signifikan dapat meningkatkan <i>Effectiveness of AI</i> dalam mendukung regulasi emosi pengguna pada aplikasi AI therapy.
6.	<i>Examining luxury restaurant dining experience towards sustainable reputation of the Michelin restaurant guide</i> (Kiatkawsin & Sutherland, 2020)	<i>Brand credibility, Reader loyalty</i>	<i>Brand credibility</i> berkontribusi besar dalam membangun <i>Reader loyalty</i> . Studi ini dilakukan pada pembaca ulasan restoran mewah di platform Michelin Guide
7.	<i>A data-driven approach to improve online consumer subscriptions by combining data visualization and machine learning methods</i> (Fernandes et al., 2024)	<i>User engagement, Reader loyalty</i>	<i>User engagement</i> yang lebih tinggi meningkatkan <i>Reader loyalty</i> secara signifikan. Ini dilakukan pada machine learning di Eropa terhadap pelanggan berita digital,

No.	Judul	Variabel Relevan	Hasil penelitian
8.	<i>Innovation in the Book Market Retail. Preferences Among Romanian Readers</i> (Saniuta et al., 2022)	<i>Technological innovation, Reader loyalty</i>	Inovasi teknologi dalam distribusi buku dapat meningkatkan loyalitas pembaca. Studi ini menunjukkan bahwa pembaca yang diberikan akses ke fitur inovatif seperti <i>interactive e-books</i> dan teknologi AI dalam rekomendasi bacaan membuat pembaca lebih cenderung tetap setia terhadap <i>platform</i> .
9.	<i>The correlation analysis between the service quality of intelligent library and the behavioral intention of users</i> (M. Chen & Shen, 2020)	<i>Technological innovation, Reader loyalty</i>	Perpustakaan pintar yang mengadopsi inovasi teknologi dalam layanannya, seperti rekomendasi berbasis AI dan integrasi <i>smart library</i> , secara signifikan berkontribusi terhadap peningkatan loyalitas pembaca.
10.	<i>A data-driven approach to improve online consumer subscriptions by combining data visualization and machine learning methods</i> (Fernandes et al., 2024)	<i>User engagement, Reader loyalty</i>	<i>User engagement</i> yang lebih tinggi meningkatkan <i>Reader loyalty</i> secara signifikan pada studi yang dilakukan ke pelanggan berita digital di Eropa.
11.	<i>Online newspaper subscriptions: using machine learning to reduce and understand customer churn</i> (Belchior et al., 2024)	<i>User engagement, Reader loyalty</i>	Dalam penelitian tentang langganan surat kabar digital menemukan bahwa <i>User engagement</i> melalui komentar, berbagi, dan interaksi dengan jurnalis mendorong pembaca untuk tetap setia.
12.	<i>How Loyalty Works: Why Do People Continue Their Relationship with Journalism?</i> (Gajardo & Meijer, 2023)	<i>User engagement, Reader loyalty</i>	Pembaca yang memiliki keterlibatan emosional tinggi terhadap suatu <i>platform</i> secara signifikan untuk lanjut berlangganan.
13.	<i>The Use of AI as a Tool for Marketing Communication Campaigns: Applied Study of Barbie Selfie-Generator</i> (Canavarró & Imamović, 2024)	<i>User engagement, Brand credibility, Effectiveness of AI, Reader loyalty</i>	Studi ini menyoroti pengaruh signifikan AI pada keterlibatan <i>audiens dan brand</i> serta menunjukkan AI dapat untuk membedakan diri dan berhasil di pemasaran yang signifikan.
14.	<i>Effectiveness of Artificial Intelligence in Building Customer Loyalty: Investigating the Mediating Role of Chatbot in the Tourism Sector of Pakistan</i> (Khana et al., 2023).	<i>User engagement, Effectiveness of AI, Reader loyalty</i>	Bisnis dapat meningkatkan keterlibatan dan loyalitas pelanggan dengan mengirimkan pesan pelanggan yang relevan dan tepat sasaran. AI dapat menganalisis umpan balik konsumen, termasuk posting dan ulasan media sosial, untuk mengukur sentimen sehingga menghasilkan loyalitas

No.	Judul	Variabel Relevan	Hasil penelitian
15.	<i>Engaging and retaining customers with AI and employee service</i> (Prentice & Nguyen, 2020)	<i>Technological innovation, Effectiveness of AI, Reader loyalty</i>	Teknologi yang inovatif dari peningkatan AI dan pengalaman positif terhadap AI secara signifikan meningkatkan loyalitas dan niat berulang berbelanja.
16.	<i>Universal Access in Human-Computer Interaction</i> (Antona, 2024)	<i>Brand credibility, Effectiveness of AI, Reader loyalty</i>	AI yang dipersepsikan lebih kredibel oleh pengguna, terutama yang berasal dari merek terpercaya, lebih efektif dalam meningkatkan keterlibatan pengguna dan loyalitas pembaca.



Lampiran 4 Surat Persetujuan Dosen Pembimbing



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung SFD Tower B, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Fax: (021) 4706285, Surat Elektronik: fe@unj.ac.id
Laman: fe.unj.ac.id

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama : Dinda Virgia Yurendira
2. No. Registrasi : 1710621009
3. Program Studi : S1 Bisnis Digital

Menerangkan menulis Skripsi dengan judul :

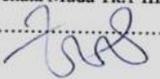
Pengaruh Brand Credibility, Technological Innovation, User Engagement terhadap Effectiveness of AI serta dampaknya terhadap Reader Loyalty Pada Pembaca Platform Media Digital Liputan6.com.

Dosen Pembimbing Skripsi yang diajukan :

Pembimbing Pertama :

Nama : Dr. Osly Usman, M.Bus
NIP : 197401152008011008
Golongan : Penata Tk.1 III/D
Tanda Tangan : 

Pembimbing Kedua:

Nama : Meta Bara Berutu, S.E., M.M.
NIP : 199409222022032012
Golongan : Penata Muda Tk.1 III/B
Tanda Tangan : 

Menyetujui

Menyetujui

Koordinator Prodi S1 Bisnis Digital


Ryna Parlina, M.B.A.
NIP. 197701112008122003

Jakarta, 8 Februari 2025

Mahasiswa Ybs,


Dinda Virgia Yurendira
1710621009

Catatan:

- Diketik rangkap dua (Program Studi, dan Ybs)

Lampiran 5 Lembar Perbaikan SUP

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung SFD Tower B, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Fax: (021) 4706285, Surat Elektronik: fe@unj.ac.id
Laman: fe.unj.ac.id



**FORMAT SARAN DAN PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS - UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

1. Nama Mahasiswa : Dinda Virgia Yurendira
2. NIM : 1710621009
3. Program Studi : SI Bisnis Digital
4. Tanggal Ujian Skripsi : Kamis, 17 Juli 2025

NO	NAMA PENGUJI/PEMBERI SARAN	MASALAH SARAN PERBAIKAN	HALAMAN	TANDA TANGAN PEMBERI SARAN
1	Dr. Ryna Parlyna, M.B.A	Untuk kata platform di buat garis miring	Judul	
2	Dra. Sri Zulaithati, M.Si	<ul style="list-style-type: none"> - Deskripsi data dari setiap variabel yang digambarkan dalam bentuk distribusi frekuensi dan histogram, sehingga tampak sebaran data dan rata-ratanya - Dalam pembahasan hasil penelitian, semua hipotesis diperkuat dengan dukungan artikel penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya dan bila hasilnya berbeda karena sampel dan tempat penelitian serta pengamatan yang berbeda 	72, 99	
3	Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A, CHRP	<ul style="list-style-type: none"> - Nomor halaman sesuai pedoman & penulisan sumber di pindah di kiri - Analisis deskriptif baca mean nya dari mean total dulu. Jadi dari general ke khusus - Tabel hasil hipotesis tambahkan itu hipotesis apa - Buat pendahuluan kesimpulan 	72,90,92,101	
Sudah diperbaiki sesuai saran <=> SETUJU DIPERBANYAK =>		Paraf Pembimbing I	Paraf Pembimbing II	

Catatan :

1. Pada waktu konsultasi perbaikan/penyempurnaan skripsi, kartu ini harus diperhatikan kepada Pembimbing (I dan II);
2. Target perbaikan/penyempurnaan skripsi setelah tanggal ujian
3. Kartu ini harus dilampirkan pada waktu meminta tanda tangan Tim Penguji untuk penyerahan skripsi

Lampiran 6 Kartu Konsultasi



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
 Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung SFD Tower B, Jl. Rawamangun Muka, Jakarta 13220
 Telepon (021) 4721227/4706285, Fax : (021) 4706285 laman.fe.unj.ac.id

KARTU KONSULTASI PEMBIMBINGAN PENULISAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Dinda Virgia Yurendira
 2. No.Registrasi : 1710621009
 3. Program Studi : Bisnis Digital
 4. Dosen Pembimbing I : Dr. Osly Usman, M.Bus NIP. 197401152008011008
 5. Dosen Pembimbing II : Meta Bara Berutu, S.E., M.M. NIP. 199409222022032012

6. Judul Skripsi : Pengaruh Brand Credibility, Technological Innovation, User Engagement terhadap Effectiveness of AI serta dampaknya terhadap Reader Loyalty Pada Pembaca Platform Media Digital Liputan6.com.

NO	TGL/BLN/THN	MATERI KONSULTASI	SARAN PEMBIMBING	TANDA TANGAN	
				DP I	DP II
1	10 Januari 2025	Konsultasi Judul Variabel Penelitian dan Kerangka Teori	<ul style="list-style-type: none"> Persetujuan variable yang diajukan Mencari teori yang relevan 	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
2	17 Januari 2025	Konsultasi Judul Variabel Penelitian dan Kerangka Teori	<ul style="list-style-type: none"> Lanjut mengerjakan Bab II 	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
3	1 Februari 2025	Konsultasi BAB II	<ul style="list-style-type: none"> Masing-masing variable minimal 5 teori Tambahkan Indikator Lanjut BAB Irya dan Benerin Bab II 	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
4	8, 15 Februari 2025	Konsultasi BAB I dan BAB II	<ul style="list-style-type: none"> Bab I tambahkan pra penelitian dengan semua jawaban teks bukan skala Bab II teori penghubungnya terdiri dari 3 positif dan negatif 	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
5	21 Februari, 6 Maret 2025	Konsultasi BAB I, BAB II, BAB III	<ul style="list-style-type: none"> Bab I tambahkan data industri Bab II teori penghubung tambahkan tempat waktu dan metode 	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
6	13 Maret 2025	Konsultasi BAB III	<ul style="list-style-type: none"> Tabel indicator disesuaikan dengan format Tambahkan definisi operasional dan definisi konseptual 	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
7	21 Maret 2025	Konsultasi BAB III	<ul style="list-style-type: none"> Di rapikan format sesuai pedoman 	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
8	8 April 2025	Tanda tangan persetujuan sidang	<ul style="list-style-type: none"> Tanda tangan persetujuan 	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>

SETUJU UNTUK UJIAN SEMINAR PROPOSAL

Catatan :
 1. Kartu ini dibawa dan ditandatangani oleh pembimbing pada saat konsultasi
 2. Kartu ini dibawa pada saat ujian skripsi, apabila diperlukan dapat dipergunakan sebagai bukti pembimbingan



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
 Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung SFD Tower B, Jl. Rawamangun Muka, Jakarta 13220
 Telepon (021) 4721227/4706285, Fax : (021) 4706285 laman.fe.unj.ac.id

KARTU KONSULTASI PEMBIMBINGAN PENULISAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Dinda Virgia Yurendira
 2. No.Registrasi : 1710621009
 3. Program Studi : Bisnis Digital
 4. Dosen Pembimbing I : Dr. Osly Usman, M.Bus NIP. 197401152008011008
 5. Dosen Pembimbing II : Meta Bara Berutu, S.E., M.M. NIP. 199409222022032012

6. Judul Skripsi : Pengaruh Brand Credibility, Technological Innovation, User Engagement terhadap Effectiveness of AI serta dampaknya terhadap Reader Loyalty Pada Pembaca Platform Media Digital Liputan6.com.

NO	TGL/BLN/THN	MATERI KONSULTASI	SARAN PEMBIMBING	TANDA TANGAN	
				DP I	DP II
9	6 Mei 2025	Konsultasi BAB 1-3	Perbaikan Setelah Seminar proposal	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
10	15 Mei 2025	Konsultasi BAB 1-3	Perbaiki kata-kata yang masih salah ketik dan tambail sebar kuesioner	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
3	4 Juni 2025	Konsultasi BAB 1-3	<ul style="list-style-type: none"> Persetujuan dan penertinan revisi seminar proposal Lanjut BAB 4, semua penelitian harus nyambung sama BAB sebelumnya 	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
4	15 Juni 2025	Konsultasi BAB 4	Pengubahan data menggunakan SmartPLS	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
5	23 Juni 2025	Konsultasi BAB 4	Penginterpretasian data ke word	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
6	24 Juni 2025	Konsultasi BAB 4	<ul style="list-style-type: none"> Perbaikan penginterpretasian data Bagian deskriptif data di gabung Penjelasan pembahasan harus detail 	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
7	1,3 Juli 2025	Konsultasi BAB 4	Perbaikan BAB 4 dan hasil	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
8	10 Juli 2025	Konsultasi BAB 4, 5 dan persetujuan sidang skripsi	Tandatangan persetujuan sidang	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>

SETUJU UNTUK UJIAN SEMINAR PROPOSAL

Catatan :
 1. Kartu ini dibawa dan ditandatangani oleh pembimbing pada saat konsultasi
 2. Kartu ini dibawa pada saat ujian skripsi, apabila diperlukan dapat dipergunakan sebagai bukti pembimbingan

Lampiran 8 Hasil Turnitin

Skripsi Dinda Virgia Yurendira			
ORIGINALITY REPORT			
19%	17%	10%	12%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	3%	
2	repository.fe.unj.ac.id Internet Source	2%	
3	repository.unj.ac.id Internet Source	1%	
4	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%	
5	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1%	
6	eprint.ulbi.ac.id Internet Source	<1%	
7	dspace.uii.ac.id Internet Source	<1%	
8	vdokumen.com Internet Source	<1%	
9	Submitted to Universitas Andalas Student Paper	<1%	
10	Submitted to Universitas Negeri Padang Student Paper	<1%	
11	journal.artei.or.id Internet Source	<1%	
12	Submitted to LPPM Student Paper	<1%	
13	www.coursehero.com Internet Source	<1%	
14	core.ac.uk Internet Source	<1%	
15	Submitted to Walters State Community College Student Paper	<1%	

Lampiran 9 Riwayat Hidup



Dinda Virgia Yurendira, merupakan mahasiswa Program Studi S1 Bisnis Digital di Universitas Negeri Jakarta dengan IPK terakhir 3,81. Selama menjalani masa perkuliahan, saya aktif mengembangkan minat dan keahlian dalam bidang *digital marketing, social media, analisis bisnis digital, hingga pengelolaan keuangan, baik melalui pembelajaran akademik, pengalaman organisasi, maupun profesional.*

Saya pernah mengikuti program pertukaran pelajar di Mara Technological University (UiTM), Malaysia, serta menjadi penulis dan mengikuti conference dalam *International Student Conference (ISC BEAM)* dengan dua judul artikel yang membahas tentang AI, user experience, dan keberlanjutan bisnis digital.

Dalam dunia profesional, saya berkesempatan dapat menjalani magang sebagai Solution Executive di KapanLagi Youniverse - Emtex Digital, yang berfokus pada penyusunan strategi kampanye digital sesuai kebutuhan klien. Sebelumnya, saya juga menjabat sebagai Deputy Project Leader di Pewira.id, dan turut menyusun strategi branding yang meningkatkan *engagement* media sosial secara signifikan.

Untuk mendukung kompetensi saya di bidang digital, saya telah mengikuti berbagai pelatihan dan memperoleh sertifikasi resmi, antara lain: *Social Media Specialist* dan *Digital Marketing* yang bersertifikat BNSP serta Marketing Campaign & ISO 9001 Lead Implementer.

Selain itu, saya juga aktif dalam organisasi kampus, salah satunya sebagai Redaktur Reportase di LPM EconoChannel, di mana saya mengoordinasikan tim, menyunting lebih dari 200 artikel, hingga terlibat dalam penerbitan lima edisi majalah kampus. Saya juga terbiasa terlibat dalam berbagai proyek dan lomba, baik sebagai tim kreatif, pembuat konten visual, maupun event organizer.

Seluruh pengalaman ini membentuk saya menjadi pribadi yang adaptif, kolaboratif, dan solutif, serta menjadi bekal penting dalam proses penyusunan skripsi ini dan pengembangan diri ke depannya di dunia bisnis digital.