

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

Pada bab ini isinya mengenai bahasan tentang simpulan, implikasi penelitian dan rekomendasi dari hasil penelitian yang sudah didapat yang mungkin dapat mungkin dapat menjadi referensi dari penelitian yang dilakukan pada mahasiswa Kota Bandung.

5.1 Simpulan

Setelah memperoleh data data penelitian dari hasil pengujian, dapat diidentifikasi bahwa terdapat pengaruh dari tayangan berita baik dengan presenter AI maupun presenter manusia terhadap daya ingat dan minat menonton pada kelompok eksperimen dan kelompok kontrol yang berupa mahasiswa Kota Bandung. Hasil data penelitian diperoleh dengan menyebarkan kuesioner berupa pernyataan yang berupa turunan dari indikator variabel, di mana terdapat metode skala likert dan esai. Untuk metode skala likert terdapat empat tingkatan jawaban, diantaranya: 4 (sangat setuju), 3 (setuju), 2 (tidak setuju), dan 1 (sangat tidak setuju). Lalu pada metode esai ini berupa pertanyaan terbuka yang isinya mengenai persepsi terhadap presenter, dan daya ingat isi berita yang umumnya kurang bisa diukur dengan metode skala likert. Pengujian data pada penelitian ini dibantu dengan Software IBM Statistics 25 yang membantu mengolah data secara kuantitatif. Melalui temuan penelitian dan analisisnya yang sudah diterangkan pada bab sebelumnya, ada kesimpulan yang dapat peneliti peroleh, diantaranya:

1. Daya ingat dan minat menonton mahasiswa Kota Bandung diukur saat sebelum dan sesudah diberikan perlakuan kepada mereka kelompok eksperimen berupa tayangan berita dengan presenter AI. Diperoleh rata-rata skor *pretest* daya ingat sebesar 12,50 sedangkan untuk skor *posttest* nya mengalami peningkatan jadi sebesar 23,38 dan masuk ke dalam kategori sedang yang berarti responden kelompok eksperimen cukup baik dalam mengingat isi berita. Sedangkan untuk skor *pretest* minat menonton memiliki rata-rata sebesar 10,81 dan mengalami peningkatan juga dalam skor *posttest* nya menjadi sebesar 15,78 dan masuk ke dalam kategori sedang juga yang berarti responden dari kelompok eksperimen

cukup tertarik atau berminat untuk menonton tayangan berita dengan presenter AI.

2. Daya ingat dan minat menonton mahasiswa Kota Bandung diukur saat sebelum dan sesudah diberikan perlakuan kepada kelompok kontrol namun berbeda perlakuan yakni tayangan berita dengan presenter manusia. Rata-rata skor pretest daya ingat kelompok kontrol adalah sebesar 12,31 dengan mengalami peningkatan pada *posttest* menjadi sebesar 24,19 dan masuk ke dalam kategori sedang yang berarti responden kelompok kontrol mampu mengingat isi berita dengan cukup baik. Untuk variabel minat menonton, responden kelompok kontrol memperoleh rata-rata skor *pretest* sebesar 12,27 dan mengalami peningkatan juga pada skor *posttest* menjadi sebesar 19,66 dan masuk dalam kategori sedang yang berarti responden kelompok kontrol cukup tertarik atau berminat dalam menonton tayangan berita dengan presenter manusia.
3. Berdasarkan hasil uji wilcoxon pada daya ingat dan minat menonton kelompok eksperimen, diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,005$ yang berarti bahwa skor *pretest* dan skor *posttest* daya ingat dan minat menontonnya mengalami perbedaan yang signifikan. Dengan kata lain, daya ingat dan minat menonton pada mahasiswa Kota Bandung terpengaruh secara signifikan oleh tayangan berita presenter AI.
4. Berdasarkan hasil uji wilcoxon pada daya ingat dan minat menonton kelompok kontrol, diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,005$ yang berarti bahwa skor *pretest* dan skor *posttest* daya ingat dan minat menontonnya mengalami perbedaan yang signifikan. Dengan kata lain, daya ingat dan minat menonton pada mahasiswa Kota Bandung terpengaruh secara signifikan oleh tayangan berita presenter manusia.
5. Selain terjadinya peningkatan daya ingat dan minat menonton dalam masing-masing kelompok, ada juga temuan hasil penelitian yang membandingkan kedua kelompok. Dalam hasil uji mann-whitney yang bertujuan untuk mengetahui perbedaan peningkatan antara dua kelompok, membuktikan bahwa tidak adanya perbedaan peningkatan

yang signifikan antara daya ingat kelompok eksperimen dan kelompok kontrol dengan diperoleh nilai signifikansi $0,147 > 0,005$ yang berarti bahwa tidak adanya perbedaan skor daya ingat mahasiswa yang signifikan antara kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, kedua presenter memberikan efek yang relatif sama. Dapat diartikan juga bahwa presenter AI dan presenter manusia sama-sama memiliki pengaruh untuk meningkatkan daya ingat penonton. Temuan ini juga dijelaskan dalam teori memori Atkinson & Shiffrin (1986), bahwa kejelasan informasi dan cara yang menarik dalam menyampaikan informasi dapat meningkatkan penyimpanan dalam memori jangka pendek maupun jangka panjang secara efektif.

6. Sedangkan untuk minat menonton diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,005$ yang berarti bahwa skor *posttest* minat menonton untuk kedua kelompok mengalami perbedaan yang signifikan. Artinya, tayangan berita dengan presenter AI dan presenter manusia juga berpengaruh dalam meningkatkan minat menonton. Namun dilihat dari rata-rata skor kelompok eksperimen (presenter AI) sebesar 15,78 sedangkan kelompok kontrol (presenter manusia) sebesar 19,66 menunjukkan bahwa presenter manusia lebih efektif dalam meningkatkan minat menonton dibandingkan presenter AI. Teori S-O-R yang dikemukakan oleh Slameto (2010) juga mendukung temuan ini bahwa tayangan berita presenter AI dan presenter manusia yang berperan sebagai stimulus mampu mempengaruhi organisme yakni mahasiswa yang menonton berita dan menghasilkan reaksi berupa peningkatan minat terhadap tayangan berita.
7. Tak hanya data kuantitatif, penelitian ini juga mendapatkan kesimpulan hasil analisis data kualitatif (esai) karena terdapat beberapa pertanyaan esai untuk mengetahui persepsi, dan daya ingat secara mendalam yang dinilai kurang jika dianalisis dengan kuantitatif. Untuk kelompok eksperimen, menyatakan bahwa presenter AI menarik, inovatif dan memanfaatkan teknologi modern namun merasa kurang nyaman dan lebih menyukai presenter manusia. Sementara itu, untuk pengetahuan

pretest, responden kelompok eksperimen masih banyak yang tidak tahu mengenai topik yang disampaikan dalam berita, namun setelah diberi perlakuan tayangan berita dengan presenter AI, mereka mampu untuk mengingat topik utama, menyebutkan poin-poin penting dan mengingat isi berita setelah beberapa waktu. Sedangkan untuk kelompok kontrol, responden menyebutkan bahwa presenter manusia mampu menunjukkan ekspresi alami, membangun koneksi emosional dan lebih ekspresif dibandingkan presenter AI serta juga menyebutkan bahwa presenter manusia dinilai wajar dan manusiawi jika melakukan kesalahan dalam menyampaikan berita. Pada daya ingat, responden kelompok kontrol kurang mengetahui mengenai topik yang dibicarakan pada tayangan berita, namun setelah diberikan perlakuan tayangan berita presenter manusia, mereka mampu untuk menyebutkan bahkan menjelaskan Kembali apa topik utama dan menyebutkan poin-poin berita setelah beberapa waktu.

8. Dapat diperoleh kesimpulan bahwa kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, keduanya mengalami perubahan daya ingat dan minat menonton setelah diberikan perlakuan yakni kelompok eksperimen dengan tayangan berita presenter AI dan kelompok kontrol dengan tayangan berita presenter manusia. Hal ini membuktikan bahwa tayangan berita baik presenter AI maupun presenter manusia mampu mempengaruhi daya ingat dan minat menonton khususnya pada mahasiswa Kota Bandung sebagai responden dari penelitian ini. Walaupun keduanya mengalami peningkatan, namun terdapat perbedaan dalam kuantitas peningkatannya. Menurut data yang sudah diperoleh dan diuraikan di atas, tayangan berita dengan presenter AI dan presenter manusia tidak memiliki perbedaan yang signifikan yang berarti kedua tayangan tersebut sama-sama mampu mempengaruhi daya ingat dari penontonnya, hal ini dapat meliputi dari kualitas presenter, tayangan, durasi dan jenis konten yang dinilai mampu menambah pengetahuan penonton. Jika untuk minat menonton, kedua kelompok baik kelompok eksperimen dan kelompok kontrol memiliki perbedaan

yang signifikan, dapat diketahui bahwa responden cenderung lebih memilih dan tertarik dengan presenter manusia. Walaupun presenter AI dinilai kreatif dan inovatif lalu presenter manusia dinilai lebih mungkin untuk melakukan kesalahan, namun aspek emosional, natural dan ekspresif dari presenter manusia data membangun koneksi antara penonton dengan presenter tersebut. Jadi responden menyebutkan bahwa tayangan berita dengan presenter manusia lebih enak atau lebih nyaman ditonton dibandingkan dengan tayangan berita presenter AI yang dikenal masih asing dan kaku dilihatnya. Hal ini dapat memberikan wawasan bahwa meskipun teknologi AI itu efektif secara kognitif yakni dari segi kecanggihan dan visual, namun faktor afeksi juga menjadi pertimbangan dalam penyampaian berita. Teori S-O-R yang dikemukakan oleh Russel (1974) juga sejalan dengan temuan ini bahwa stimulus (presenter) yang menerapkan faktor afektif yang lebih besar dapat menghasilkan respons yang lebih tinggi meliputi perhatian dan keterlibatan dari organisme (mahasiswa).

5.2 Implikasi

Berdasarkan temuan penelitian yang sudah dibahas di atas, ada implikasi penelitian yang didapat dari hasil tersebut. Beberapa implikasi yang sesuai dengan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

5.2.1 Implikasi Teoretis

1. Penelitian ini mampu membuktikan dan mendukung asumsi dari teori komunikasi S-O-R (Stimulus-Organism-Response) menurut Mehrabian & Russel (1974), bahwa stimulus yang menerapkan faktor-faktor afektif dan sosial seperti intonasi, ekspresi wajah dan gestur yang natural di mana yang biasanya dimiliki oleh presenter manusia mampu lebih besar dalam mempengaruhi minat menonton dibandingkan dengan stimulus yang dibuat seperti presenter AI yang masih terbilang kaku dan kurang ekspresif.
2. Penelitian ini juga memberikan pengutan terhadap konsep teori memori dari yang dikemukakan oleh Atkinson & Shiffrin (1968) bahwa

penyampaian informasi yang jelas dan menarik melalui audio-visual, baik dengan presenter AI maupun presenter manusia dapat diterima dan masuk ke dalam proses ingatan penontonnya baik dalam memori jangka pendek dan jangka panjang yang mampu mempengaruhi dalam peningkatan daya ingat terhadap isi berita. Namun, hal ini tidak selalu memiliki dampak yang signifikan, tergantung pada karakteristik stimulusnya juga.

3. Dalam konteks teori minat yang dikemukakan oleh Strong (1925), hasil penelitian yang didapat mampu memperkuat dimensi teori di dalamnya. Beberapa dimensi seperti perhatian, ketertarikan, kebutuhan, keinginan untuk menonton kembali dan juga frekuensi dalam menonton dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang lebih bersifat emosional, menyentuh pengalaman, dapat membangun koneksi yang cenderung dimiliki oleh presenter manusia.
4. Peneliti menyadari dalam penelitian ini ada keterbatasan dalam instrumen penelitian di mana terdapat perbedaan jumlah butir presstest (13 butir) dan posttest (23 butir). Meskipun demikian, kedua instrumen tetap mengukur aspek dan konstruk yang sama namun ada cakupan yang lebih luas pada posstest. Temuan ini merekomendasikan sebaiknya menggunakan jumlah butir instrumen yang seimbang agar perbandingan lebih setara (Creswell, 2012; Fraenkel & Wallen, 2012).

5.2.2 Implikasi Praktis

1. Bagi Lembaga penyiaran dan produsen konten berita sebaiknya masih mempertahankan presenter manusia dalam proses penyampaian berita terutama untuk segmen audiens yang didalamnya memerlukan kedekatan emosional antara presenter dan penontonnya. Untuk teknologi presenter AI juga layak dipertimbangkan karena unggul dari segi visual, kecanggihan, praktis dan inovatif. Masih dapat memanfaatkan dan mengembangkan penggunaan presenter AI misalnya untuk beberapa keperluan tertentu, misalnya penyajian data statistik, penyajian berita yang faktual, tayangan instan atau pun berita

internasional yang memungkinkan untuk presenter manusia tidak bisa turun langsung ke lapangan. Tetapi, perlu juga penyesuaian dalam segi desain komunikasi visual dan juga suara agar lebih serupa dengan manusia dan diterima baik oleh penonton.

2. Bagi pengembang teknologi komunikasi dan AI, perlu adanya evaluasi lebih lanjut mengenai kecerdasan buatan dalam media karena masih banyak yang belum mengenal dan mengetahui AI serta cara penggunaan yang benarnya juga, serta AI juga belum sepenuhnya mampu untuk menggantikan pengalaman komunikasi antar manusia terutama dalam aspek afeksi dan hubungan interpersonal.
3. Memungkinkan menjadi referensi penting untuk Lembaga pendidikan, media, dan komunikasi digital bahwa penggunaan teknologi tidak hanya dilihat dari keefektifitasannya saja namun juga perlu dipertimbangkan dari aspek psikologis dan sosial yang mempengaruhi kepuasan dari audiens. Penelitian ini juga dapat menjadi tambahan referensi untuk penelitian terkait karena masih jarang ditemukan penelitian mengenai teknologi AI ini.

5.3 Rekomendasi

5.3.1 Rekomendasi Akademik

1. Untuk selanjutnya, para peneliti disarankan memperluas variabel penelitian misalnya dengan menambahkan variabel persepsi dari kualitas presenter, sejauh mana percaya dengan isi berita atau dari aspek afektinya yang dapat mempengaruhi emosi agar memberikan gambaran yang lebih luas mengenai seberapa efektifnya presenter AI dalam komunikasi massa.
2. Memperluas segmentasi audiens juga yang nantinya akan dijadikan responden seperti dari berbagai profesi, usia, atau pun latar belakang yang berbeda untuk menguji kesesuaian temuan dan memperluas pandangan yang beragam selain yang sudah didapat dalam penelitian ini, yakni di luar kalangan mahasiswa.

3. Peneliti juga disarankan untuk menggunakan pendekatan *mixed methods* yakni pendekatan kuantitatif dan kualitatif, tak hanya yang dapat diuji dengan skala likert namun juga bisa menggali lebih dalam mengenai preferensi penonton terhadap gaya penyampaian presenter, ekspresi dan kedalaman informasi yang kemungkinan tidak bisa diukur dengan skala likert.
4. Peneliti selanjutnya dianjurkan untuk menggunakan jumlah instrumen pretest dan posttest yang setara agar perbandingan lebih proporsional, serta mempertimbangkan adanya kombinasi instrumen kuantitatif dan kualitatif yang lebih seimbang.

5.3.2 Rekomendasi Praktis

1. Bagi lembaga penyiaran agar perlu mengembangkan dan mengevaluasi kembali teknologi presenter AI, bagaimana cara penyampaian, konten berita, mungkin dapat menambahkan elemen ekspresi yang lebih manusiawi, lebih akrab dan disukai oleh penonton terutama untuk menarik minat menonton secara berkelanjutan.
2. Tetap menggunakan presenter AI dalam beberapa konteks penyajian informasi yang memerlukan proses yang cepat dan faktual, dan mungkin yang tidak dapat dilakukan oleh presenter manusia. Tetapi, perlu juga memperhatikan dari segi audio dan visual serta gerakan yang lebih natural agar tidak menghilangnya kedekatan emosional antara presenter dengan penonton.
3. Menjadikan penelitian ini sebagai bahan evaluasi, referensi dan pengembangan ilmu yang memiliki fokus serupa tentang teknologi komunikasi yang memang masih belum banyak bahan penelitian yang meneliti tentang teknologi kecerdasan buatan ini bagi institusi pendidikan.