

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kemajuan teknologi yang pesat di abad ke-21 telah mengubah secara mendalam pada hampir setiap aspek kehidupan manusia, termasuk cara berbagai industri beroperasi dan berinovasi. Revolusi digital yang telah menciptakan peluang baru, mempercepat proses bisnis, dan mengubah pola interaksi antara organisasi dan audiens mereka termasuk di sektor hubungan masyarakat (PR). Dalam konteks industri modern, teknologi seperti kecerdasan buatan (AI), Internet of Things (IoT), big data, dan blockchain telah menjadi pendorong utama transformasi, memungkinkan efisiensi yang lebih tinggi, pengambilan keputusan yang lebih berbasis data, dan pengembangan solusi yang lebih inovatif.

Salah satu inovasi paling signifikan yang mendorong transformasi ini adalah kecerdasan buatan (AI), yang telah menjadi alat tak tergantikan dalam mengelola strategi komunikasi, keterlibatan audiens, dan reputasi organisasi. AI memungkinkan otomatisasi tugas-tugas administratif, analisis data yang lebih mendalam, dan personalisasi komunikasi, yang secara signifikan meningkatkan efisiensi operasional dalam PR.

Tujuan utama menggunakan AI di masa depan, menurut (Çakır, 2022), adalah untuk membantu manusia membuat keputusan dengan lebih cepat dan efisien dengan mendukung tugas-tugas yang biasanya sulit atau bahkan tidak mungkin dilakukan. Teknologi ini akan meningkatkan produktivitas dan memungkinkan karyawan untuk fokus pada pekerjaan yang paling bernilai, dengan mengurangi beban tugas rutin yang memakan waktu.

Teknologi AI, seperti pemrosesan bahasa alami (NLP), pembelajaran mesin, dan analitik prediktif, memungkinkan para profesional PR menganalisis data dalam jumlah besar, menghasilkan konten yang dipersonalisasi, dan meningkatkan proses pengambilan keputusan. Misalnya, alat berbasis AI dapat memantau sentimen publik secara realtime, memprediksi tren, dan mengoptimalkan waktu serta konten kampanye komunikasi. Dalam artikel berjudul "Use Of Artificial

Intelligence In Public Relations" oleh (Naukowe et al., 2023), menjelaskan bagaimana AI dapat meningkatkan efisiensi PR melalui analisis big data, pemantauan sentimen publik, dan personalisasi konten. Artikel ini juga membahas tantangan etika yang dihadapi organisasi, termasuk masalah privasi dan transparansi, yang penting untuk membangun kepercayaan di antara para pemangku kepentingan. Kemampuan ini tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga memberikan wawasan mendalam tentang perilaku audiens, sehingga strategi PR menjadi lebih terarah dan berdampak.

Meskipun memiliki potensi besar, integrasi AI dalam PR memunculkan pertanyaan etis yang penting. Isu seperti privasi data, transparansi, dan akuntabilitas menjadi pusat diskusi tentang adopsi AI. (Chanduví, 2023) menyoroti risiko bias dan tantangan etis yang muncul dari penggunaan teknologi ini dalam komunikasi, serta menekankan pentingnya bagi profesional PR untuk menjaga keseimbangan antara konten yang dihasilkan AI dan komunikasi yang autentik. Penyalahgunaan AI, baik secara sengaja maupun tidak sengaja, dapat menyebabkan misinformasi, bias, dan kerusakan reputasi—hasil yang harus dihindari dengan kewaspadaan tinggi oleh profesional PR.

Lebih lanjut, penggunaan AI dalam PR menuntut evaluasi ulang strategi komunikasi tradisional. Meskipun AI dapat mengotomatisasi tugas-tugas rutin, seperti distribusi siaran pers dan pemantauan media sosial, AI juga menantang praktisi PR untuk mendefinisikan ulang peran mereka dan mengembangkan keterampilan baru. Pemikiran strategis, penilaian etis, dan kreativitas manusia tetap tidak tergantikan dalam merancang pesan yang bermakna dan autentik yang dapat beresonansi dengan audiens yang beragam.

Beberapa penelitian menyoroti sifat ganda AI sebagai fasilitator sekaligus pengganggu dalam praktik PR. Di satu sisi, alat berbasis AI memungkinkan organisasi menyederhanakan alur kerja dan mencapai presisi lebih tinggi dalam pesan mereka. Di sisi lain, ketergantungan pada AI menimbulkan risiko seperti dehumanisasi komunikasi dan ketergantungan berlebihan pada sistem otomatis. (Prasojo, 2024) membahas bagaimana AI menjadi alat penting dalam strategi PR, meningkatkan efisiensi melalui otomatisasi tugas-tugas rutin seperti analisis

sentimen dan manajemen krisis. Namun, peneliti juga memperingatkan risiko yang terkait, seperti keamanan data dan potensi dehumanisasi komunikasi. Studi ini menekankan perlunya pertimbangan etis dalam implementasi AI untuk memastikan komunikasi tetap relevan dan personal. Menjaga keseimbangan antara memanfaatkan kemampuan AI dan mempertahankan komunikasi yang berpusat pada manusia adalah kunci keberhasilan berkelanjutan di bidang PR (Ledoh, et. Al. 2024).

Dalam konteks transformasi digital, adopsi AI tidak lagi bersifat opsional tetapi menjadi keharusan bagi organisasi yang ingin memperoleh keunggulan kompetitif. Era digital telah meningkatkan ekspektasi pemangku kepentingan terhadap transparansi, kecepatan, dan personalisasi dalam komunikasi. AI membekali profesional PR dengan alat untuk memenuhi tuntutan ini sambil menavigasi kompleksitas lanskap media yang dinamis. Namun, untuk mencapainya diperlukan pemahaman komprehensif tentang dimensi teknologi dan etika dalam implementasi AI. Penelitian oleh (Putri & Qurniawati, 2024) menekankan bahwa meskipun AI dapat meningkatkan efisiensi komunikasi, praktisi PR harus menjunjung tinggi integritas dan nilai-nilai etika dalam setiap interaksi dengan publik. Hal ini menggarisbawahi pentingnya menyeimbangkan teknologi dengan pendekatan yang berpusat pada manusia untuk membangun kepercayaan.

Makalah ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran AI dalam hubungan masyarakat, dengan fokus pada aplikasi strategis dan implikasi etisnya. Makalah ini mengkaji bagaimana AI memfasilitasi transformasi digital dalam praktik PR, meningkatkan efisiensi dan efektivitas sambil menangani tantangan terkait etika data dan autentisitas komunikasi. Dengan menganalisis tren terkini dan studi kasus, penelitian ini bertujuan memberikan wawasan praktis bagi profesional dan organisasi PR.

Selain itu, penelitian ini menyoroti pentingnya mengintegrasikan AI dalam kerangka etika yang kuat. Sebagai penghubung antara organisasi dan pemangku kepentingan, penggunaan AI secara etis sangat penting untuk menjaga kepercayaan dan membangun hubungan yang positif. Makalah ini menekankan bahwa meskipun teknologi menawarkan kemungkinan yang luar biasa,

implementasinya harus selaras dengan nilai-nilai inti PR, seperti integritas, transparansi, dan penghormatan terhadap privasi.

Penelitian ini juga berupaya mengisi kesenjangan dalam literatur yang ada dengan mengintegrasikan perspektif teknologi, etika, dan komunikasi strategis. Meskipun banyak penelitian telah mengkaji aspek teknis AI, sedikit yang mengupas dimensi etika dan strategisnya dalam konteks PR. Makalah ini berkontribusi pada diskusi tersebut dengan mengusulkan pedoman dan praktik terbaik untuk adopsi AI yang etis dalam PR, guna memastikan bahwa inovasi teknologi dimanfaatkan secara bertanggung jawab dan berdampak positif.

Selain masalah etika, studi ini juga mengeksplorasi kerangka hukum yang mengatur penggunaan AI dalam praktik PR. Isu seperti undang-undang perlindungan data, kepatuhan terhadap regulasi periklanan digital, dan hak kekayaan intelektual menjadi semakin relevan seiring berkembangnya aplikasi AI. Penelitian oleh (Hanafi et al., 2024) mengeksplorasi nuansa kompleks etika dan hukum terkait penggunaan AI, termasuk masalah privasi data dan kepatuhan regulasi. Penelitian ini memberikan perspektif mendalam tentang bagaimana kerangka hukum dapat beradaptasi dengan kemajuan teknologi AI dalam konteks keputusan hukum dan hubungan masyarakat. Memastikan bahwa strategi PR berbasis AI mematuhi standar hukum nasional dan internasional sangat penting tidak hanya untuk mitigasi risiko tetapi juga untuk menjaga akuntabilitas dan kepercayaan publik (Setiawan, et. Al. 2024). Analisis ini mencakup tinjauan terhadap ketentuan hukum yang relevan, seperti General Data Protection Regulation (GDPR), untuk memberikan perspektif hukum tentang penggunaan AI yang etis dalam PR. Penelitian yang dilakukan oleh (Sartor, 2020) mengkaji hubungan antara General Data Protection Regulation (GDPR) dan teknologi AI, dengan menyoroti tantangan dan peluang yang dihadapi oleh individu maupun masyarakat. Studi ini mencakup analisis mendalam tentang bagaimana prinsip-prinsip perlindungan data dapat diterapkan dalam konteks aplikasi AI, termasuk kewajiban informasi (information obligations) dan hak-hak subjek data (data subject rights).

Integrasi AI dalam PR mewakili peluang sekaligus tantangan. Seiring organisasi merangkul transformasi digital, mereka harus menyeimbangkan manfaat AI dengan pertimbangan etis dan strategisnya. Studi ini bertujuan memberikan kerangka kerja komprehensif untuk memahami dan menavigasi lanskap yang kompleks ini, yang pada akhirnya memberdayakan profesional PR untuk memanfaatkan potensi AI sambil menjunjung prinsip-prinsip komunikasi yang etis.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka penulis mendapatkan rumusan masalah yaitu Bagaimana pemanfaatan kecerdasan buatan dalam hubungan masyarakat secara strategi dan etika di era digital?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini memiliki tujuan yang ingin dicapai yaitu mengetahui bagaimana pemanfaatan kecerdasan buatan dalam hubungan masyarakat secara strategi dan etika di era digital.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya yaitu:

### **A. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan rujukan dalam pengembangan teori komunikasi dan teknologi, sebagai referensi studi, serta memberikan pemahaman baru tentang aspek etika dalam penerapan AI khususnya bagaimana suatu organisasi dapat memanfaatkan teknologi secara bertanggung jawab. Serta menggabungkan perspektif strategis dan etis dalam pengembangan model komunikasi berbasis teknologi.

### **B. Manfaat Praktis**

Secara praktik, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam peningkatan efektivitas kampanye hubungan masyarakat secara digital, memberikan rekomendasi praktis dalam mengintegrasikan AI ke dalam sistem kerja hubungan masyarakat tanpa mengorbankan nilai-nilai etis.