



THE PRACTICE OF PUBLIC RELATIONS IN THE AGE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE

PERAN PRAKTIISI HUBUNGAN MASYARAKAT DI TENGAH PERKEMBANGAN KECERDASAN BUATAN

Hamzah Ramadhan

¹BINUS University International, DKI Jakarta, Indonesia

Article Information

Submitted 7 Agustus, 2024

Revision 2 April, 2025

Accepted 1 Mei, 2025

Published 2 Mei, 2025

ABSTRACT

The study delves into the adoption of Artificial Intelligence (AI) in the field of public relations (PR) among professionals in Indonesia. This exploration is based on in-depth interviews with 8 individuals and a survey completed by 100 PR practitioners who possess a minimum of two years of experience. The results of the study indicate widespread utilization of tools such as ChatGPT, Bard, Grammarly, and Canva for tasks such as research, planning, and content personalization. These AI tools have been instrumental in improving operational efficiency by aiding in information management. Nevertheless, there are apprehensions regarding the potential dissemination of misleading or controversial content due to imperfections in AI-generated material, which could adversely impact an organization's credibility. Consequently, it is imperative to exercise human oversight to validate the accuracy and appropriateness of content produced by AI tools. Furthermore, concerns have been raised about a potential decline in the demand for PR practitioners as these advanced AI tools are adept at generating content that closely resembles human-created material. This presents a challenge for professionals to uphold their relevance within the industry. However, despite these concerns, the prevailing sentiment is that the evolving technological landscape offers opportunities for professional development.

Keywords: Public Relations; Artificial Intelligence; Natural Processing Language; Digital Communication; Indonesia

Studi ini menyelidiki bagaimana praktisi hubungan masyarakat (humas) di Indonesia mengintegrasikan Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence* - AI) dalam pekerjaannya. Sebanyak 8 wawancara mendalam serta 100 survei kepada praktisi PR dengan pengalaman bekerja penuh waktu selama dua tahun. Temuan mencakup tentang perangkat teknologi AI seperti ChatGPT, Bard, Grammarly, serta Canva digunakan dalam pekerjaannya dalam riset, perencanaan, hingga kustomisasi konten yang sesuai dengan audines. Meskipun perangkat teknologi dinilai oleh praktisi humas dapat meningkatkan efisiensi melalui dukungan untuk mengelola informasi dalam skala besar, pembahasan tentang kekhawatiran akan kemungkinan informasi yang dihasilkan oleh perangkat yang belum sempurna mampu menimbulkan masalah. Beberapa masalah yang mungkin terjadi antara lain disinformasi hingga informasi yang dapat memantik provokasi. Oleh karenanya, pengawasan manusia masih tetap diperlukan untuk mengurangi dampak terjadinya hal ini. Kekhawatiran lain yang timbul ialah tergerusnya profesi ini melalui pengembangan berkala pada perangkat-perangkat ini dimana hasil olahan data mampu menghasilkan informasi yang sangat baik hingga sulit dideteksi apakah materi tersebut dibuat oleh mesin atau manusia dan menekan biaya sumber daya manusia bagi organisasi. Akan tetapi hal ini bukan menjadi sebuah penghalang melainkan kesempatan untuk mengembangkan diri.

Kata Kunci: Hubungan Masyarakat; Kecerdasan Buatan; Pemrosesan Bahasa Alami; Komunikasi Digital; Indonesia

^{1*} **Authors Correspondence:** hamzah.ramadhan@binus.ac.id

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence - AI*) dalam beberapa tahun terakhir memberi dampak signifikan pada berbagai industri, termasuk profesi hubungan masyarakat (humas). Kemampuan AI untuk mengotomatisasi pembuatan konten secara masif (Baizas, 2024), menganalisis data besar, dan mempersonalisasi penyebaran informasi merevolusi cara praktisi humas dalam kegiatan seperti mengelola kampanye dan berinteraksi dengan audiens khususnya Indonesia. Lonjakan konektivitas digital yang didorong oleh adopsi ponsel pintar serta keberadaan lebih dari 200 juta pengguna internet dengan tingkat penetrasi sekitar 73% (Kemp, 2024) semakin mendorong praktisi humas untuk beradaptasi di lanskap yang berkembang.

Perangkat teknologi AI seperti GPT oleh OpenAI atau BARD buatan Google (Khurana et al., 2022) dengan kapabilitas Pengelolaan Bahasa Alami (*Natural Language Processing - NLP*) dan algoritma pembelajaran mesin dalam mengelola lanskap kegiatan komunikasi yang kompleks dimanfaatkan untuk menganalisa data dalam jumlah besar yang berguna untuk mengidentifikasi tren, memprediksi perilaku audiens, hingga menyesuaikan konten secara kontekstual (Wright & Hinson, 2013). Hal ini digunakan praktisi humas untuk meningkatkan strategi kehumasan dalam menghasilkan komunikasi yang efektif (2013) serta memberi efisiensi, memperkaya wawasan (Galloway, 2018) hingga menetapkan standar baru dalam komunikasi publik (Alawida et al., 2023).

Puspitosari secara efektif merangkum peran humas dengan mengacu pada diskusi Dozier & Broom yang menyoroti individu sebagai pemecah masalah, penghubung antara audiens target dan organisasi. Mereka turut mendukung pelayanan komunikasi yang relevan seperti memproduksi konten dan manajemen krisis (2019). Salah satu perubahan hal yang ia tekankan pada studi ini ialah perubahan hubungan media yang sebelumnya bergantung pada interaksi pribadi dengan jurnalis dan editor namun berubah karena didorong oleh teknologi AI. Pergeseran ini mengubah dinamika hubungan praktisi humas dengan rekan media yang condong berbasis data dan kurang personal. Hal senada juga dengan perkembangan lanskap media yang memerlukan evaluasi ulang khususnya dengan konten yang marak didorong oleh AI (Wilcox et al., 2013). Praktisi humas memiliki tantangan untuk memberi informasi yang memiliki nilai berita berarti untuk mendapatkan tempat di media. Dobрева menyebutkan kegunaan dari perangkat teknologi AI tidak hanya mampu melakukan otomatisasi seperti kapabilitas GPT-3 (2023) untuk mengelola data dan menghasilkan artikel berita dalam jumlah yang besar. Fungsi lainnya yaitu sebagai alat pemantauan sentimen publik secara aktual hingga pengelolaan isu sehingga menyiapkan organisasi dalam memiliki kesiapan dalam merespon sebuah krisis (Dobрева, 2023). Hal ini menjadi kesempatan bagi praktisi humas untuk mengetahui hal yang sedang terjadi di masyarakat dan menggunakannya sebagai topik yang dapat diangkat menjadi informasi pemberitaan di media. Pembahasan ini selaras dengan situasi di Indonesia yang dinilai memiliki tingkat keterlibatan digital yang tinggi yang memungkinkan praktisi humas untuk menyesuaikan pesan secara tepat serta memprediksi

reaksi publik secara efektif dengan menggunakan informasi yang aktual. Konvergensi media serta kesigapan oleh praktisi humas untuk memberikan informasi terkini mendorong praktisi humas untuk tidak hanya memanfaatkan teknologi AI dalam pembuatan konten tetapi menintegrasikannya dalam kegiatan strategis yang memerlukan analisa sehingga tujuan dari kegiatan komunikasi dapat dipenuhi. Informasi yang diolah perangkat teknologi AI dari berbagai sumber dan dihasilkan secara cepat dapat memberi referensi awal sebelum melakukan peninjauan lebih jauh untuk meningkatkan relevansi terhadap tujuan yang ingin dicapai. Saat Pandemi Virus COVID-19 berlangsung di Indonesia, Kementerian Kesehatan Republik Indonesia menggunakan perangkat sentimen yang memiliki fitur AI yang memberi kemampuan untuk memantau reaksi publik mengenai vaksin dan pedoman kesehatan terpadu untuk mengurangi dampak dari virus. Praktisi humas dilengkapi dengan kemampuan untuk secara berkala merefleksikan efektivitas strategi yang diimplementasi. Informasi yang diperoleh dengan perangkat teknologi AI dalam hal ini ialah umpan balik dari publik, dikelola dengan tujuan untuk membentuk serta meningkatkan kualitas strategi komunikasi agar publik diharapkan dapat menerima serta menggunakan pedoman tersebut hingga mengatasi kekhawatiran dan menjaga kepercayaan publik. Oleh karenanya, praktisi humas tetap dibutuhkan untuk memiliki pemahaman akan preferensi algoritmik sambil membangun serta mempertahankan hubungan bersama rekan media dan pemangku kepentingan lainnya agar mampu menavigasi lanskap digital (Reuters Intstitute, 2018) karena mengacu kepada Macnamara dan Gregory dimana perangkat teknologi AI memiliki kesulitan dalam mereplikasi sentuhan manusia (2018). Studi yang dilakukan oleh Dobrevva dengan mencakup 117 praktisi humas tentang potensi AI untuk menggantikan profesi humas mengajak pesertanya mengidentifikasi dan membandingkan delapan teks yang dihasilkan oleh AI GPT-3 dan manusia. Hasilnya hanya 8 dari 117 peserta dapat membedakan teks yang dihasilkan oleh keduanya. Penelitian senada yang dilakukan oleh Silviani dengan fokus untuk melihat potensi AI di masa mendatang bagi praktisi humas tentu akan terjadi dengan metode tinjauan literatur yang dilakukan melalui Google Scholar dan JSTOR yang menimbang bahwa perangkat teknologi AI memiliki kemampuan serupa seperti manusia untuk melakukan pembuatan hingga pengembangan konten, analisa media, hingga perangkat pengawasan.

Masih dibutuhkan tinjauan lanjutan mengenai kualitas dari hasil yang dikembangkan perangkat teknologi AI dalam pembuatan konten termasuk elemen lain seperti penggunaan sintaks serta konteks kegiatan yang sedang dilakukan. Lalu, investigasi bagaimana konten tersebut sesuai dengan audiens serta etika yang diimplementasikan.

Penggunaan perangkat teknologi AI oleh praktisi humas juga menghadirkan tantangan etika dan operasional yang signifikan. Algoritma AI dapat menimbulkan bias karena keberadaan data pelatihan yang dapat menghasilkan konten yang tidak sesuai dengan standar etika (Diakopoulos, 2016). Kekhawatiran tentang pentingnya menyajikan informasi secara transparan dan potensi munculnya disinformasi (Wang et al., 2023) yang dapat berdampak pada timbulnya ketidakpercayaan publik jika praktisi humas tidak menghasilkan informasi yang otentik (Scire, 2023). Peran praktisi humas dinilai memiliki kemampuan untuk

menyeimbangkan penggunaan AI dengan menghadirkan empati pada luaran yang dihasilkan (Bellaiche et al., 2023). Salah satu hal yang turut berkontribusi ialah data pelatihan yang diberikan tidak kontekstual karena condong berasal pada negara tempat perangkat teknologi AI itu berasal bukan dari tempat praktisi humas berada. Hal ini wajib untuk dipertimbangkan karena kemudahan yang diberikan tidak dapat mengesampingkan pengawasan praktisi humas sebagai inividu yang memastikan agar informasi selaras dengan nilai dari organisasi dimana ia berada dan dapat dipertanggungjawabkan (Diakopoulos 2016; Macnamara & Gregory 2018). Oleh karenanya, praktisi humas ditantang agar dapat memanfaatkan teknologi dalam fungsinya secara optimal (Lukyanenko et al., 2022) sehingga mampu menyajikan informasi yang akurat serta seimbang demi menjunjung kredibilitas dan menjaga kepercayaan para pemangku kepentingan (Kent & Taylor, 2016) walau harus menghadapi dilema etika yang kompleks yang melibatkan privasi data serta dampak sosial dari pesan yang dibuat dengan bantuan AI. Dilema lainnya ialah landasan pengaturan dari penggunaan teknologi AI. Praktisi humas masih memerlukan adanya navigas untuk menjadikan dasar untuk tahu batasan yang harus dipahami saat menggunakannya dalam bekerja. Jika tidak, maka adanya kemungkinan teknologi AI ini digunakan untuk hal-hal yang memiliki potensi negatif tentu akan menimbulkan isu di masyarakat melalui keberadaannya disinformasi hingga diskriminasi.

Kemajuan teknologi AI yang marak mengindikasikan bahwa praktisi humas memiliki ruang untuk beradaptasi. Kegiatan praktisi humas yang fokus pada kegiatan pembuatan konten dan membangun relasi kepada pemangku kepentingan dapat ditingkatkan dengan kapabilitas dalam melakukan kustomisasi konten hingga penyesuaian kampanye humas yang adaptif melalui pemanfaatan teknologi AI yang berujung pada efisiensi waktu (Puspitasari, 2019). Hal ini menjadi sebuah peluang yang dinikmati oleh praktisi humas misalnya melalui kemampuan unit humas sebuah perusahaan telekomunikasi terkemuka di Indonesia dalam memanfaatkan teknologi AI saat gangguan jaringan terjadi untuk mengurangi ketidakpuasan pelanggan. Materi yang digunakan di berbagai kanal komunikasi memastikan agar pelanggan mendapat informasi yang dibutuhkan agar kepercayaan dapat dipertahankan sebagai penyedia layanan yang kredibel. Transparansi dan autentisitas patut diperhatikan oleh praktisi humas. Konten yang dihasilkan tidak boleh tersirat dibuat-buat serta sesuai dengan etika (Alawida et al., 2023) agar tidak berdampak pada penurunan kepercayaan audiens (Bansal et al, 2024). Dalam situasi tersebut, tidak hanya praktisi humas harus bergerak cepat dalam menanggapi berbagai bentuk tanggapan public tetapi mampu merespon secara tepat. Perangkat teknologi AI dalam menavigasi sentimen publik secara aktual mampu mendukung fungsi seorang praktisi humas agar perangkat teknologi AI menjadi pelengkap bukan pengganti kreativitas seorang manusia untuk menghasilkan pesan yang otentik agar tepat sasaran (Bellaiche et al, 2023). Kualitas dan otentisitas menjadi kunci utama agar berimbang dengan ekspektasi dalam menanggapi hal secara cepat sehingga dapat mempertahankan kepercayaan dan otentisitas dalam berkomunikasi seperti yang diutarakan dalam riset Puspitasari yang menyatakan bahwa teknologi AI akan berkembang sehingga praktisi humas pun turut juga turut melakukan hal yang sama (2019). Pemanfaatan teknologi ini dapat

digunakan oleh praktisi humas secara optimal jika informasi terkait dengan tren dapat diimplementasikan menjadi kegiatan teknis yang berarti (Billiot, 2023). Harapannya ialah agar interaksi yang dinamis antara teknologi dan kreativitas manusia dapat berkesinambungan serta relevan sehingga turut berkontribusi terhadap masa depan profesi hubungan masyarakat di lanskap yang berkembang.

Seiring perkembangannya, praktisi humas didorong untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuannya dalam menggunakan perangkat teknologi AI (Billiot, 2023). Macnamara dan Gregogy menyebutkan bahwa organisasi didorong untuk merancang program pengembangan profesional berkelanjutan yang bertujuan menjembatani kesenjangan keterampilan bagi individu yang bergerak sebagai PR (2018) agar dapat memanfaatkan potensinya secara penuh. Perangkat-perangkat teknologi AI yang bermunculan menjadi sebuah kesempatan bagi organisasi untuk mencari tahu terkait dengan kebutuhan yang mendukung fungsi biro hubungan masyarakat. Perhitungan investasi serta program pengembangan profesional melalui lokakarya yang berfokus pada keterampilan penggunaan perangkat teknologi AI di lingkup praktisi humas dapat dilakukan melalui kolaborasi dengan komunitas akademisi dan industri. Organisasi juga didorong untuk mengembangkan dan menetapkan bagaimana informasi dapat diolah dengan perangkat teknologi AI. Hal ini untuk memastikan tidak adanya kebocoran informasi sensitif yang mungkin dapat berdampak buruk terhadap reputasi organisasi. Dengan semangat inovasi, organisasi dapat berkolaborasi dengan pihak seperti akademisi atau praktisi humas untuk dapat bertukar ide melalui riset dan mengetahui kenyataan di lapangan yang menghasilkan pengembangan perangkat yang sesuai dengan kebutuhan (McCorkindale, 2024). McCorkindale pun menyatakan bahwa perkembangan teknologi yang pesat juga memberi tantangan kepada praktisi humas karena hal ini memerlukan dedikasi, biaya, dan adaptabilitas dari individu untuk memastikan ia mampu mengimplementasikan pengetahuannya secara optimal (2024). Strategi berkelanjutan yang dikembangkan oleh organisasi serta umpan balik praktisi humas dibutuhkan agar mampu informasi yang didapat mendapat dukungan dari sistem demi implementasi yang tepat sasaran.

Peneliti melihat adanya kesenjangan literatur terkait dengan pengaruh teknologi AI pada bidang keilmuan hubungan masyarakat di Indonesia karena penelitian yang dilakukan sebelumnya berfokus pada negara lain. Selain itu, riset sebelumnya fokus pada studi literatur dan kuantitatif memberi kesempatan untuk melakukan tinjauan kualitatif. Hal ini bertujuan untuk membantu praktisi humas dan pemangku kepentingan dalam menavigasi lanskap moral yang kompleks dengan memberi pedoman praktis dalam penggunaan AI yang etis untuk menghasilkan komunikasi dua arah yang kredibel (Kent & Taylor, 2016), proses penargetan audiens, personalisasi konten, pengukuran kampanye, dan pentingnya sentuhan manusia dalam komunikasi (Macnamara & Gregory, 2018) agar membantu pengembangan kerangka kerja dengan pemanfaatan teknologi AI secara optimal (Seyfodin & Tabrizi, 2024). Pembahasan tentang etika dan tantangan yang dihadapi oleh praktisi humas belum sepenuhnya dibahas sehingga seiring dengan perkembangan dari teknologi AI, praktisi humas

memiliki peran untuk berkembang dan beradaptasi untuk menghasilkan informasi yang transparan serta kredibel sesuai dengan norma yang ditetapkan untuk mempertahankan kepercayaan audiens. Peluang dan tantangan kepada praktisi humas akan memberi nuansa yang menarik karena adanya tuntutan bagi praktisi humas untuk mengembangkan kemampuan diri dalam menggunakan teknologi sesuai zaman dan mampu meningkatkan produktivitas secara optimal.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode campuran yang bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif yang menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif (Cresswell & Clark, 2017).

Profil responden ditentukan oleh peneliti dengan mengacu pada elaborasi yang diuraikan oleh Dozier & Broom, kriteria kelayakan peserta termasuk dalam salah satu kategori berikut: Penasihat Ahli, Fasilitator Komunikasi, Fasilitator Proses Pemecahan Masalah, atau Teknisi Komunikasi seperti yang dibahas oleh Putra (2013). Peran-peran ini didasarkan pada pemahaman bahwa praktisi membantu organisasi dalam membangun dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan dengan pemangku kepentingan. Selain itu, responden wajib memiliki pekerjaan penuh waktu lebih dari dua tahun dalam peran mereka dengan menanyakan saat menjawab kuesioner serta menanyakan sebelum melakukan persetujuan untuk ikut dalam sesi wawancara.

Pada tahap awal, peneliti mendistribusikan kuesioner menggunakan perangkat daring bernama Populix untuk menjangkau 100 praktisi PR dari total 300 responden yang terdaftar pada sistem. Hal ini dilakukan untuk mengetahui pemahaman dasar tentang penggunaan perangkat teknologi AI dalam pekerjaannya, frekuensi penggunaannya, dan kontribusinya terhadap pekerjaannya. Pengambilan sampel acak digunakan untuk memastikan temuan dapat diterapkan pada populasi yang lebih besar, memberi setiap dari 300 calon responden peluang yang sama untuk dipilih (Johnson & Onwuegbuzie 2004). Ukuran sampel 100 (Dobrevva, 2023) menyeimbangkan pengumpulan data yang efektif dan margin kesalahan yang wajar. Dengan tingkat kepercayaan 95%, margin kesalahan untuk ukuran sampel ini setelah mempertimbangkan faktor koreksi populasi terbatas adalah sekitar ± 8 dimana parameter populasi valid terletak dalam $\pm 8\%$ dari statistik sampel. Tidak hanya metode ini dinilai hemat biaya dan efisien waktu dalam mengumpulkan sampel tanpa terbatas geografis. Jangkauan luas ini memastikan bahwa peneliti dapat memperoleh dataset yang representatif, yang sangat penting untuk menggeneralisasi temuan di berbagai populasi (Monica & Rosari, 2019). Selain itu, kuesioner daring memungkinkan peneliti untuk menyertakan berbagai jenis pertanyaan, mulai dari pilihan ganda hingga pertanyaan terbuka. Peneliti menanyakan tiga hal yang mencari tahu tentang frekuensi penggunaan perangkat teknologi AI, perangkat teknologi AI apa yang digunakan, bagaimana perangkat AI mendukung dalam pekerjaan sebagai praktisi

humas. Kombinasi ini memperkaya data, menawarkan pemahaman yang lebih holistik tentang topik penelitian (Picavo-Vela et.al., 2016).

Hasil dari kuesioner digunakan sebagai materi dasar pertanyaan wawancara kepada delapan responden diwawancarai dengan durasi maksimal 60 menit dengan menggunakan Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris melalui dengan perangkat lunak yang mendukung video dan teks seperti Zoom, Google Meet, atau WhatsApp. Responden juga dapat memilih untuk melakukan pertemuan langsung. Metode wawancara mendalam memberikan pemahaman secara mendalam tentang pengalaman, persepsi, dan strategi praktisi humas, kesulitan yang dialami saat menggunakan teknologi AI. Menurut Bryman (2012), wawancara mendalam menawarkan fleksibilitas untuk mengeksplorasi tema yang muncul dan peneliti dapat menyesuaikan pertanyaan sesuai dengan wawasan peserta, khususnya di bidang yang berkembang cepat seperti teknologi AI di ranah ilmu hubungan masyarakat. Selain itu, teknik ini dapat mendalami secara komprehensif faktor subjektif dan kontekstual yang memengaruhi praktik PR (Brinkmann & Kvale 2018). Interaksi dengan para responden ini telah mengungkap secara rinci tentang pemahaman, tantangan, dan pertimbangan etis yang sering terabaikan dalam pendekatan kuantitatif (Rubin & Rubin, 2012).

Peneliti menggunakan analisis tematik untuk mendapatkan wawasan mendetail dengan mengidentifikasi, menganalisis, dan melaporkan pola dalam data. Braun dan Clarke (2022) menyediakan panduan praktis dalam analisis tematik, yang mencakup memproses data, identifikasi kode, pencarian tema, peninjauan tema, mendefinisikan, dan menamai tema untuk membantu proses analisa. Tema potensial yang mungkin muncul termasuk bagaimana AI mempengaruhi proses kreatif dan pengembangan kampanye PR inovatif, upaya untuk meningkatkan keterampilan tim PR dalam penggunaan perangkat teknologi AI, navigasi pedoman etika terkait penggunaan AI sebagai praktisi humas (Floridi et al. 2018), pemanfaatan teknologi AI dalam melakukan analisa, wawasan untuk menginformasikan strategi PR, dan kepercayaan audiens pada konten yang dihasilkan AI versus konten yang dibuat manusia.

Responden yang tergabung dalam riset ini telah menyetujui untuk turut serta menyampaikan pendapatnya dengan mendapat penjelasan tentang tujuan studi, sifat keterlibatan, prosedur yang harus diikuti, risiko, serta manfaat dari partisipasinya. Partisipasi seluruh responden ialah sukarela dan tidak ada paksaan apapun. Formulir persetujuan yang merinci hal ini diberikan sebelum peneliti melakukan interaksi kepada responden. Peneliti juga menginformasikan kepada peserta tentang hak mereka untuk mengundurkan diri dari studi kapan saja tanpa adanya konsekuensi negatif. Oleh karenanya, peneliti akan memastikan untuk menghancurkan informasi terkait dengan responden tersebut dan menginformasikan bahwa hal tersebut sudah dilakukan dan tidak akan dicantumkan sebagai bagian dari riset. Identitas pribadi serta afiliasi tempat bekerja akan dirahasiakan. Lalu, informasi yang direkam terkait dengan riset data disimpan dengan aman dengan akses terbatas. Hanya peneliti yang dapat mengakses informasi ini.

HASIL

Berdasarkan hasil kuesioner kepada 100 responden pada dan wawancara yang berlangsung di bulan Juni ke Juli 2024, para responden yang menyatakan dirinya bekerja sebagai praktisi hubungan masyarakat dengan lingkup pekerjaan "...saya bekerja di bidang pertanian dengan fokus untuk meninformasikan tentang Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB)..." ujar Peserta 2. Lalu Responden 4, "...fokus pekerjaan saya ialah untuk melakukan relasi ke dia, media sosial, dan kadang memberi asistensi pada bidang desain grafis." Responden 5 menjelaskan jika tugasnya ialah "...mengelola komunitas dan mengurus program juga tapi fokusnya adalah melakukan seluruh komunikasi eksternal." Bagi Peserta 5 tugas sebagai praktisi humas digabungkan dengan "...*branding* sehingga saya mengurus urusan humas hingga *branding* dari hulu ke hilir."

Tabel 1. Kategori Responden Riset

Responden	Industri	Pengalaman Bekerja Penuh Waktu Sebagai Praktisi Humas (dalam tahun)
Peserta 1	Finansial	5
Peserta 2	Pertanian	5
Peserta 3	Pendidikan Perguruan Tinggi	9
Peserta 4	Pendidikan Sekolah Dasar	4
Peserta 5	Organisasi Nirlaba	4
Peserta 6	Media Sosial	5
Peserta 7	Teknologi	8
Peserta 8	Teknologi	10

Para responden menyatakan bahwa mereka secara aktif menggunakannya dalam aktivitas profesionalnya. Perangkat teknologi AI yang sebutkan antara lain ChatGPT, BARD, dan CoPilot karena bagi Peserta 5 "...pastinya sebagai seorang praktisi humas punya kewajiban untuk tahu akan hal ini." Beberapa perangkat yang turut disebutkan oleh Peserta 4 yaitu "Adobe Photoshop dan Canva", serta "Grammarly" oleh Peserta 6, dan "DeepAI" oleh Peserta 3 dimana 34% dari responden menggunakan perangkat tersebut atau 10-15 kali per bulannya. Salah satu peserta menyatakan bahwa ia tidak menggunakan perangkat teknologi AI yang tadi disebutkan karena "...perusahaan aku membuat perangkat seperti ChatGPT sendiri. Hal ini tidak terbuka untuk orang umum karena penggunaanya hanya untuk kalangan internal," ujar Peserta 1.

Para praktisi menggunakan perangkat teknologi AI untuk berbagai macam kegunaan. Misalnya "...ketidakpercayaan saya dengan Bahasa Inggris membuat saya menggunakan

Grammarly...” ujar Peserta 6. Ia melakukan ini untuk memastikan pesan yang dibuat dalam Bahasa Inggris mengikuti kaidah yang berlaku. Hal lain yang diungkapkan ialah kemampuan perangkat teknologi AI dalam menyederhanakan sebuah konsep seperti yang diutarakan oleh Peserta 2. Bagi Peserta 2, “Saya perlu memastikan agar istilah di bidang TPB dapat dimengerti oleh audiens secara umum.” Dengan jumlah data yang besar, perangkat AI dapat secara mudah untuk melakukan parafrase terhadap informasi yang dimasukkan melalui instruksi yang diberikan. Peserta 2 menyatakan bahwa “...saya memasukkan *prompt* yang diinginkan. Misal, buatlah kalimat ini untuk lebih dimengerti oleh khalayak umum.” Ide untuk menghasilkan konten yang sesuai dengan audiens dapat dilakukan sehingga “...sebanyak 70-80% dari pekerjaan saya selesai dan dapat fokus untuk menyesuaikan sesuai dengan target,” ujar Peserta 3 sehingga “...perangkat teknologi AI dapat menjadi pelengkap dari riset yang telah dilakukan...” ujar Peserta 5. agar dapat melakukan hal-hal “...yang bersifat administratif...” ujar Peserta 2.

Praktisi menyatakan bahwa perangkat teknologi AI memungkinkan mereka untuk melakukan tugas mereka secara efektif dan efisien. Produktivitas yang ditingkatkan dari integrasi AI memungkinkan praktisi humas karena “...meningkatkan jumlah konten dengan mudah...” ujar Peserta 4. Oleh karenanya, tugas sebagai seorang praktisi humas untuk mendapatkan wawasan yang lebih kaya dari informasi olahan perangkat teknologi AI dapat membantu “...membaca tren,” ujar Peserta 4. Sehingga ia dapat “...fokus untuk mencari ide kreatif...” ujar Peserta 5. agar “...saya tidak perlu memulai dari awal dalam proses pencarian ide” sehingga “...memberi saya berbagai perspektif dan memperluas pandangan saya. Rasanya seperti berbicara dengan seorang kolega dan dapat mempelajari beberapa hal baru agar saya selalu dapat memiliki ide-ide segar untuk pekerjaan,” tambah Peserta 5. Peserta 1 juga menuturkan jika teknologi ini semakin canggih maka, “...ingin menjadikan perangkat teknologi AI ini sebagai asisten pribadi...” karena “...ia menjadi kenal oleh apa yang dilakukan sehingga tahu mengenai diri saya siapa...” tambahnya. Peserta 4 menyebut bahwa konten yang diproduksi melalui bantuan teknologi perangkat teknologi AI “...tidak boleh memicu provokasi” karena “...kita punya peran penting untuk memberi dampak positif di masyarakat.”

Tabel 2, Kategori Pertanyaan Kepada Responden

Kategori Pertanyaan	Pertanyaan
Konten yang Dihasilkan Oleh Teknologi AI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menurut Anda, bagaimana kualitas dan keaslian dari konten yang dihasilkan oleh teknologi AI dibandingkan dengan manusia 2. Langkah apa yang Anda gunakan untuk memastikan konten yang dihasilkan oleh teknologi AI sesuai dengan audiens?
Perencanaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah Anda dapat memberikan contoh bagaimana teknologi AI mempengaruhi inovasi

	dan proses pengembangan kreatif dalam perencanaan? (Campbell et al., 2019)
	2. Menurut Anda, bagaimana teknologi AI mempengaruhi kualitas dari perencanaan seorang praktisi humas?
Etika	<ol style="list-style-type: none">1. Jelaskan tentang pentingnya praktisi humas untuk memahami dan mengikuti etika di yang berlaku di masyarakat?2. Bagaimana Anda memastikan konten yang dihasilkan oleh teknologi Ai dapat mengikuti etika yang berlaku di masyarakat? Mengapa hal ini penting?3. Dari pengalaman Anda, apakah Anda dapat mengetahui siapa yang menentukan etika yang berlaku di masyarakat terkait dengan konten yang dibuat oleh teknologi AI?
Tantangan	<ol style="list-style-type: none">1. Apa saja tantangan yang dihadapi oleh praktisi humas di tengah pesatnya perkembangan teknologi AI?2. Menurut Anda, bagaimana praktisi AI dapat menyikapinya?
Langkah Kedepan	<ol style="list-style-type: none">1. Tren apa yang menurut Anda yang patut diantisipasi 5 tahun kedepan? (Brynjolfsson & McAfee, 2017)2. Bagaimana praktisi humas seperti Anda dapat memanfaatkannya?

Kemudahan yang difasilitasi oleh teknologi perangkat teknologi AI merupakan suatu hal yang diperhatikan oleh praktisi humas karena “...kita tidak boleh hanya menyalin konten yang muncul di ChatGPT karena itu adalah Tindakan plagiat...” ujar Peserta 2. Praktisi humas memiliki peran untuk “...melakukan penyelidikan sumbernya lalu cek kembali...” ujar Peserta 3 agar “...tidak menerima saja konten yang dimunculkan dari *prompt* yang diberikan oleh perangkat-perangkat teknologi AI ini...” tambah Peserta 3. Peserta 6 menekankan untuk “...belajar untuk mengendalikan diri agar tetap memiliki kemampuan untuk menciptakan hasil yang orisinal...” karena “...jika hal tersebut bukan sesuatu yang bisa dilakukan, misalnya mengelola visual, mengapa tidak diberikan kepada ahlinya? Misalnya, seorang desain grafis?” tambahnya. Hal yang perlu diperhatikan juga ialah “...memberi label pada konten yang dibuat oleh perangkat AI karena “...media sosial sekarang juga sudah ada fitur yang memberi kesempatan kita untuk memberi tahu audiens jika konten tersebut dibuat oleh AI...” menurut

Peserta 2 "...apalagi jika ini merupakan materi visual..." kata Peserta 2 sehingga perlu untuk diinformasikan kepada audiens mengenai integritas dari konten tersebut.

Kekhawatiran akan perkembangan teknologi AI yang sangat pesat juga tersirat karena "...lebih murah menggunakan teknologi ini dibandingkan dengan manusia..." menurut Peserta 1. Peserta 1 pun menambahkan "...buat apa membayar mahal jika kita bisa menggunakan teknologi perangkat AI yang dinilai lebih murah..." apalagi "...orang itu maunya murah tapi bagus." Selain itu, responden menyebutkan "...perencanaan dinilai sepele karena dapat mempercayakan prosesnya dengan menggunakan teknologi ini..." sehingga "...hasilnya akan berbeda dan lebih kaya jika menggabungkan antara informasi yang diolah oleh teknologi AI dan manusia."

Namun, penting bagi praktisi humas untuk "...mencoba terkait dengan kapabilitas dari perangkat teknologi AI tersebut. Semakin banyak mencoba, semakin banyak hal yang diketahui..." ujar Peserta 7 karena "...jika kita tidak mencoba dan tertutup akan perkembangan dari teknologi ini maka kita mungkin menjadi tidak kritis..." tambahnya. Walaupun "...kementerian terkait di suatu negara mungkin bertanggung jawab..." dalam pengaturan teknologi AI, praktisi humas diharapkan dapat "...menggunakan teknologi untuk kebaikan di masyarakat walau stigma negatif terkait hal tersebut akan timbul..." ujar Peserta 8. Praktisi humas juga "...dapat memberikan edukasi terkait kesempatan yang dapat dicapai dengan teknologi ini... karena perkembangan dari teknologi perangkat teknologi AI dinilai "...akan jauh lebih ramah dan malah dapat memahami emosi pengguna..." ujar Peserta 8.

PEMBAHASAN

Ekspansi konektivitas digital yang pesat di Indonesia membutuhkan praktisi humas untuk beradaptasi dengan lanskap teknologi perangkat teknologi AI yang berkembang. Perangkat seperti ChatGPT, BARD, dan Grammarly yang memungkinkan pembuatan konten dalam skala yang besar sehingga mendukung efisiensi dari praktisi humas yang diwajibkan untuk dapat bergerak dengan gesit.

Praktisi humas ditekan untuk lebih kritis karena kapabilitas dari perangkat teknologi AI untuk menghasilkan informasi dalam jumlah besar bukan penentu kualitas. Responden sempat menjelaskan bahwa dalam satu kuartal, ia bersama tim mampu "...menghasilkan 60 konten..." dimana jumlah tersebut meningkat dengan kemampuan untuk mampu menghasilkan untuk tiga kuartal sekaligus. Akan tetapi informasi yang dihasilkan masih memerlukan suntingan praktisi humas sehingga relevansi pesan dengan audiens disesuaikan dengan kanal komunikasi yang ditargetkan. Meskipun konten yang dihasilkan AI dinilai oleh praktisi humas membantu meningkatkan produktivitas, masih diperlukannya pemahaman yang lebih mendalam dan empati. Hal ini dapat dicapai jika konten yang dihasilkan oleh perangkat teknologi AI disesuaikan kembali. Misalnya, responden menyebutkan bahwa perangkat tersebut dapat membantu dirinya dalam menyesuaikan konten agar tidak terkesan monoton. Teknologi perangkat teknologi AI untuk melakukan parafrase dapat dilakukan dengan cepat. Akan tetapi,

responden mengutarakan bahwa hasilnya pun masih memerlukan revisi karena terkesan tidak dibuat oleh manusia. Penggunaan kata dan penyusunan kalimatnya tidak teratur. Responden lain yang bekerja di industri pertanian menyatakan bahwa sehari-hari ia diwajibkan untuk menyederhanakan berbagai istilah kepada audiens yang mungkin memiliki pengetahuan umum terkait industrinya. Oleh karenanya, kemampuan teknologi peragkat AI dalam menyederhanakan konsep kompleks agar sesuai dengan audiens yang diinginkan. Ia menggunakan ini karena diwajibkan untuk menghadirkan konten secara cepat. Walaupun begitu, praktisi humas masih perlu untuk melakukan pemeriksaan fakta yang ketat agar informasi yang disajikan akurat dari sumber yang dapat dipertanggungjawabkan. Menggunakan contoh dari kedua responden tersebut, informasi yang akurat sangatlah penting. Ekspetasi untuk menghasilkan konten dalam waktu singkat tidak memperbolehkan praktisi humas untuk menyalin konten yang dimunculkan oleh perangkat teknologi AI tanpa disunting kembali. Menyesuaikan konten dengan situasi yang sedang terjadi pun juga menjadi salah faktor agar pesan tersampaikan dengan tepat. Kemampuan untuk mensintesis informasi agar diolah menjadi konten yang tidak hanya informatif tetapi juga mampu menyentuh hati dan pikiran audiens. Jumlah konten yang besar melalui dukungan perangkat teknologi AI sulit untuk dinilai manfaatnya jika praktisi humas tidak dapat membangun hubungan yang positif dan bermakna dengan audiens melalui informasi yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan. Perangkat teknologi AI yang tidak memiliki kemampuan ini merupakan peran agar praktisi humas tidak menggunakan informasi yang disuguhkan tanpa melakukan tinjauan konteks sosial dan budaya. lebih lanjut menimbang informasi yang digunakan menjadi referensi perangkat teknologi AI menggunakan data historis yang mungkin tidak mampu memberikan gambaran besar terkait konteks yang sedang dibahas.

Perangkat teknologi AI turut mendukung proses perencanaan praktisi humas misalnya proses pencarian ide dan memperkaya wawasan dalam pengembangan konten. Informasi yang diolah dari berbagai sumber dalam jumlah yang besar melalui kapabilitas perangkat teknologi AI dapat memperkaya temuan yang dapat dibuat menjadi referensi oleh praktisi humas. Misalnya, seorang peserta menyoroti bagaimana perangkat tersebut membantu menghasilkan ide konten dan saran visual sehingga mampu merampingkan proses perencanaan kampanye agar konten tersebut relevan dan didistribusikan dengan tepat waktu. Mengetahui tren yang relevan merupakan kunci bagi praktisi humas untuk menghasilkan informasi yang relevan. Ini membantu agar konten tersebut mendapatkan perhatian sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Selain itu, praktisi humas dapat memitigasi adanya permintaan di luar dari lingkup perencanaan. Misalnya, salah satu responden menyatakan bahwa Biro Komunikasi tempat ia berada memiliki tugas untuk memenuhi pelayanan kegiatan yang berhubungan dengan publikasi dan komunikasi. Hal ini mencakup penulisan artikel hingga pembuatan video. Perangkat teknologi AI digunakan untuk mempersingkat waktu pengerjaan agar fokus untuk melakukan kegiatan yang telah termasuk dalam rencana tidak mengganggu rencana yang sudah ditetapkan. Meskipun menawarkan keuntungan ini, mengintegrasikan AI dalam perencanaan strategis memerlukan pertimbangan yang cermat untuk mempertahankan kualitas dan

keaslian konten. Salah satu responden menyebut bahwa kemudahan ini memberi ruang untuk melakukan perencanaan ini dengan terburu-buru. Kemudahan tersebut memungkinkan perencanaan dilakukan dalam waktu singkat. Responden menambahkan bahwa adanya pengurangan jumlah diskusi yang terjadi saat teknologi ini belum marak digunakan oleh praktisi AI. Ia menyebutkan, intensitas diskusi akan terjadi jika sudah mendekati waktu pelaksanaan sehingga tidak memberikan waktu yang cukup untuk mengembangkan ide dengan matang. Menurutnya, kualitas perencanaan yang dilakukan oleh praktisi humas masih lebih baik dibandingkan dengan hasil dari perangkat teknologi AI. Aspek kreativitas serta fokus praktisi humas untuk melakukan pekerjaan yang lebih kompleks seperti koordinasi dengan pemangku kepentingan hingga memahami lanskap sosial budaya dimana ia berada masih dibutuhkan. Oleh karenanya, kemampuannya untuk mengotomisasi tugas rutin yang bersifat administratif memungkinkan praktisi humas untuk fokus pada aspek pekerjaan yang lebih kompleks dan memerlukan kreativitas. Alternatif yang diberikan menjadi sebuah dukungan awal dimana praktisi humas dapat menimbang serta menggunakan pemahamannya terkait dengan tempat ia berada untuk menghasilkan konten yang relevan.

Pembahasan mengenai etika terkait konten yang dihasilkan perangkat AI tidak hanya untuk menjunjung integritas, menghindari plagiarisme, hingga aktor yang bertanggung jawab dalam penggunaan teknologi ini. Praktisi humas memiliki peran untuk mempertimbangkan aspek transparansi dengan mengolah serta menyajikan informasi yang akurat. Hal ini dilakukan dengan keterampilannya untuk mensintesis informasi dan membuatnya relevan serta turut berkontribusi terhadap tanggung jawab praktisi humas untuk mempertahankan kepercayaan terhadap audiens. Praktisi humas untuk melakukan pemeriksaan fakta, memastikan tidak mengandung elemen plagiarisme, tidak menyesatkan, serta tidak melanggar hak cipta atau privasi individu. Misalnya, materi visual tidak hanya dipastikan mencantumkan sumber tetapi tidak mengubah materi jika belum mendapat persetujuan dari pembuatnya. Lebih lanjut, praktisi humas memiliki kewajiban untuk mempertimbangkan dampak sosial dari konten yang dihasilkan oleh teknologi AI. Kemampuan praktisi humas dalam mengutip sumber secara tepat sesuai dengan kebutuhan menjadi hal yang krusial dalam pembuatan konten. Hal ini diutarakan oleh salah satu responden dimana praktisi humas tidak boleh hanya mencatat informasi dari berbagai hal. Ia menambahkan bahwa praktisi humas tidak boleh hanya mengutip berbagai informasi lalu menyajikannya tanpa ada penyesuaian. Selain ia harus mencantumkan sumber informasi tersebut tetapi ia memiliki kewajiban untuk menyesuaikan kembali untuk audiens. Seorang praktisi humas patut mengerti dampak dari informasi yang didistribusikan. Hasil olahan oleh teknologi AI memiliki kemungkinan untuk mencerminkan bias karena data pelatihannya tidak memenuhi standar etika serta data yang representatif sehingga menghasilkan konten yang cenderung eksklusif atau diskriminatif. Misalnya, salah satu responden menyatakan bahwa konten yang dihasilkan tidak boleh memprovokasi sehingga memeriksa kembali jika konten yang dihasilkan mampu memantik hal ini di masyarakat maka perlu untuk dipikirkan alternatif lainnya sehingga standar etika profesional tetap dapat dipenuhi serta hasil akhir dari informasi tersebut dapat memberi kontribusi positif

di masyarakat. Hal ini tentu dapat merusak reputasi organisasi dan mengalienasi bagian dari audiens yang seharusnya dapat dijangkau. Pengaturan dari penggunaan teknologi AI yang dinilai belum secara penuh digalakkan merupakan suatu celah bagi praktisi humas untuk memahami konteks dari materi yang dihasilkan kepada audiens. Hal ini ditekankan oleh responden yang berpartisipasi yang menyatakan bahwa walau pemerintah punya andil tetapi belum secara penuh terlihat dampak dari implementasinya tersebut. Oleh karenanya, praktisi humas memiliki tanggung jawab untuk tidak hanya memahami konteks dari materi yang dihasilkan oleh teknologi AI meninmbang tidak hanya akurat juga belum tentu dapat dipertanggungjawabkan.

Praktisi humas melihat adanya beberapa tantangan dalam pekerjaannya terkait dengan perkembangan teknologi AI yang marak. Misalnya, keberadaan teknologi ini membuat organisasi melihat adanya kesempatan untuk melakukan efisiensi biaya. Mereka dapat menggantikan peran manusia yang menjalankan fungsi sebagai praktisi humas dengan kemudahan dari teknologi perangkat ini. Misalnya, salah satu responden mengungkapkan teknologi perangkat teknologi AI mampu membuat materi audio visual yang menampilkan figur terkenal. Saat ditelusuri, hal tersebut merupakan hoaks dan konten tersebut dihasilkan karena bertujuan untuk memantik perseteruan antar komunikasi. Hal ini tentu dapat terjadi karena perangkat teknologi AI mampu untuk mengelola data dalam jumlah besar. Salah satu responden mengungkapkan bahwa penggunaan teknologi AI menimbulkan adanya stigma negatif. Pemangku kepentingan melihat bahwa praktisi humas tidak dapat menghasilkan luaran yang diinginkan dengan upaya mandiri. Peran teknologi AI membuat konten tersirat tidak otentik. Perlu adanya dorongan untuk meyakinkan bahwa teknologi ini akan memberi kontribusi terhadap organisasi. Faktor kecepatan dan efisiensi menjadi hal yang ditekankan oleh salah satu responden terkait adopsi yang dapat dipertimbangkan di lingkungan pekerjaan – khususnya di lingkup fungsi pekerjaan praktisi humas. Penyeimbangan antara jumlah yang dihasilkan oleh teknologi AI dengan kualitas.

Praktisi humas diberi kesempatan untuk memahami bagaimana teknologi AI dapat memperkaya luaran yang dihasilkan. Memperbarui keterampilan dan pengetahuan dengan berpartisipasi dalam lokakarya dapat membantu dalam memahami perkembangan teknologi dan memahami cara menggunakan alat AI secara efektif. Salah satu responden menekankan terkait dengan pentingnya untuk terbuka akan perangkat-perangkat teknologi AI dan mencobanya. Hal ini memberi referensi kegunaan bagi praktisi AI mengenai apa saja yang dapat digunakan guna meningkatkan kualitas dalam bekerja. Hal ini turut berkontribusi dalam mengasah keterampilan berpikir kritis. Praktisi humas tidak hanya menerima hasil yang diberikan oleh perangkat teknologi AI melainkan melakukan penyesuaian agar standar etika dan informasi sesuai dengan audiens yang ditargetkan. Kemudahan yang diberikan oleh perangkat teknologi AI kepada praktisi humas tidak boleh dianggap enteng. Praktisi humas juga harus mengetahui kapan dan untuk apa perangkat tersebut digunakan. Misalnya, salah satu responden menyatakan bahwa tren perkembangan teknologi AI akan fokus pada industri. Ia menjelaskan bahwa tidak menutup kemungkinan suatu hari nanti akan ada perangkat

teknologi AI yang fokus digunakan bagi praktisi humas dan memahami tentang subyek pertanian. Walaupun begitu, hal ini diharapkan terbentuknya ketergantungan. Hal ini diungkapkan oleh salah satu responden dimana praktisi humas dapat mempertahankan kemampuannya untuk menghasilkan produk yang otentik. Ia menyebut bahwa kreativitas manusia dan kemampuan dalam menggunakan emosi tetap menjadi pembeda utama dengan mesin. Tren perkembangan teknologi yang akan diadopsi oleh AI tidak dipungkiri dapat semakin mempermudah pekerjaan praktisi humas serta meningkatkan produktivitas. Tidak dipungkiri bahwa emosi menjadi salah satu kapabilitas yang dapat dikembangkan dari perangkat teknologi AI. Namun, di tengah perkembangan yang marak, praktisi humas memiliki tanggung jawab untuk memahami dampak dari penggunaan teknologi AI dalam menyajikan informasi. Hal ini menjadi salah satu poin bagi praktisi humas untuk tidak hanya selalu mengembangkan diri tetapi mencari nilai pada luaran yang dihasilkan.

SIMPULAN

Perangkat teknologi AI tidak hanya mendukung pekerjaan seorang praktisi humas tetapi memberikan penekanan untuk menjadi individu yang dapat mengembangkan diri. Walau teknologi dapat memberikan kemudahan dalam menganalisis jumlah data yang besar, mengidentifikasi tren, memprediksi perilaku audiens, dan menyesuaikan konten dalam skala besar (Galloway 2018) praktisi humas masih berperan untuk mengelolah informasi yang memiliki makna yang relevan kepada audiensnya. Ekspektasi untuk mengembangkan konten baik di daring ataupun luring justru menekankan pada pentingnya dalam keterampilan mensintesis informasi secara baik. Tambahan wawasan yang diberikan oleh perangkat-perangkat ini tentu memperkaya praktisi humas dalam jeli melihat hal yang sedang hangat diperbincangkan. Tak hanya menjadi lebih paham mengenai lanskap dimana ia berani atau memahami segmentasi audiensnya tapi memberi kualitas yang berarti melalui produk yang dihasilkan seperti kampanye yang lebih relevan karena sentuhan manusia tetap penting untuk keterlibatan dan pembentukan hubungan yang otentik (Macnamara & Gregory 2018).

Etika dan peraturan yang berlaku tetap harus dipatuhi. Perkembangan teknologi AI yang masih dini serta pengaturannya yang masih belum digalakkan justru memberi kesempatan bagi praktisi humas untuk dapat memahami agar menggunakan dan mengolah informasi sebaik mungkin dengan pertimbangan data yang digunakan oleh perangkat teknologi AI hanya sebaik data yang dilatih, sehingga jika mengandung bias maka dapat memperpetuasi dampak yang dihasilkan. Perkembangan ini menuntut praktisi humas di tengah dilema etis yang kompleks terkait privasi data, transparansi algoritmik, dan dampak sosial dari pesan yang didorong oleh AI (Diakopoulos 2016; Kent & Taylor 2016). Kemungkinan akan munculnya konten yang tidak inklusif dari hasil olahan teknologi AI dapat terjadi sehingga memantik konflik. Peranan praktisi humas ialah untuk tidak hanya memastikan keakuratannya tetapi mampu mengevaluasi luaran yang dihasilkan oleh teknologi AI dapat mengurangi potensi munculnya masalah ini sambil memastikan transparansi, otentisitas serta akurasi pada

informasi yang disajikan demi mempertahankan kredibilitas dan kepercayaan para pemangku kepentingan.

Seiring perkembangan teknologi ini, praktisi humas PR wajib memperbarui keterampilan dan pengetahuan mereka untuk memanfaatkan alat ini dengan optimal. Justru ini menjadi sebuah motivasi untuk mencoba berbagai perkembangan dari perangkat teknologi AI dan merefleksikan terkait nilai tambah yang diberikan pada hasil pekerjaannya. Kecanggihannya tidak dipungkiri akan meniru perilaku manusia. Kemampuannya untuk menghasilkan konten yang mampu mengenali dan merespon bahasa alami yang hampir tidak kasat mata justru dapat menjadi kesempatan agar mampu diintegrasikan secara efektif ke dalam strategi kegiatan. Kualitas dari pekerjaan seorang praktisi humas diharapkan dapat disempurnakan dengan menggabungkan kemampuan mesin dan manusia sehingga informasi yang dihasilkan tidak hanya tepat sasaran melainkan relevan untuk audiens (Billiot 2023) serta memberi ruang untuk dapat memberi waktu terhadap hal-hal yang membutuhkan analisa mendalam.

Masa depan praktisi humas di era AI menjanjikan inovasi yang berkelanjutan dan peluang untuk menciptakan komunikasi yang lebih efektif dan berdampak. Bertambahnya data historis yang memberi kemampuan prediktif yang lebih baik dibandingkan dengan versi terdahulunya. Penting bagi organisasi dan praktisi humas untuk mengeksplorasi dan memanfaatkan potensi AI, sambil menjaga komitmen terhadap etika, privasi, dan transparansi. Kolaborasi pemangku kepentingan untuk memahami keuntungan dari teknologi AI akan menjadi kunci sukses. Dengan menggabungkan kecerdasan manusia dengan kemampuan analitis dan otomatisasi teknologi AI, praktisi humas dapat mencapai tujuan komunikasi mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih saya ucapkan kepada seluruh praktisi humas yang bersedia menyediakan waktunya untuk turut berkontribusi dalam perkembangan profesi humas di Indonesia.

REFERENSI

- Alawida, M., Mejri, S., Mehmood, A., Chikhaoui, B., & Isaac Abiodun, O. (2023). A comprehensive study of ChatGPT: Advancements, limitations, and ethical considerations in natural language processing and cybersecurity. *Information*, 14(8), 462. <https://doi.org/10.3390/info14080462>
- Baizas, G. (2024, February 27). *What can the Philippines learn from how AI was used in Indonesia's 2024 election?* RAPPLER. <https://www.rappler.com/technology/features/lessons-philippines-how-generative-ai-was-used-indonesia-election-2024/>
- Bansal, G., Chamola, V., Hussain, A., Guizani, M., & Niyato, D. (2024). Transforming conversations with AI—A comprehensive study of ChatGPT. *Cognitive Computation*. <https://doi.org/10.1007/s12559-023-10236-2>
- Billiot, T. (2023). Continuous learning and advancing technologies: A framework for professional development and training in artificial intelligence. *Development and*

- Learning in Organizations: An International Journal*, 37(3), 28-31.
<https://doi.org/10.1108/dlo-04-2022-0064>
- Bellaiche, L., Shahi, R., Turpin, M. H., Ragnhildstveit, A., Sprockett, S., Barr, N., Christensen, A. P., & Seli, P. (2023). Humans vs. AI: Whether and why we prefer human-created compared to AI-created artwork. <https://doi.org/10.31234/osf.io/f9upm>
- Braun, V., & Clarke, V. (2022, February). Conceptual and design thinking for thematic analysis. *Qualitative Psychology*, 9(1), 3–26. <https://doi.org/10.1037/qup0000196>
- Brinkmann, S., & Kvale, S. (2018). *Doing interviews*. SAGE.
- Bryman, A. (2012). *Social research methods*. Oxford University Press, USA.
- Dobрева, T. (2023). Shedding light on the helpers in the shadows. In A. Adi (Ed.), *Artificial intelligence in public relations and communications: cases, reflections, and predictions* (pp. 51-58). Quadriga University of Applied Sciences. https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.quadriga-hochschule.com/app/uploads/2023/09/QHS_Artificial_Intelligence_in_Public_Relations_Communications_2023.pdf&ved=2ahUKewjI0uTq2JSHAxW2yzgGHeV_AA4QFnoECA8QAQ&usq=AOvVaw0SJyrD3f8nLKlop5BUdZD6
- Diakopoulos, N. (2016). Accountability in algorithmic decision making. *Communications of the ACM*, 59(2), 56-62. <https://doi.org/10.1145/2844110>
- Floridi, L., Cowls, J., Beltrametti, M., Chatila, R., Chazerand, P., Dignum, V., Luetge, C., Madelin, R., Pagallo, U., Rossi, F., Schafer, B., Valcke, P., & Vayena, E. (2018). AI4People—An ethical framework for a good AI society: Opportunities, risks, principles, and recommendations. *Minds and Machines*, 28(4), 689-707. <https://doi.org/10.1007/s11023-018-9482-5>
- Galloway, C., & Swiatek, L. (2018). Public relations and artificial intelligence: It's not (just) about robots. *Public Relations Review*, 44(5), 734-740. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.10.008>
- Johnson, R. B., & Onwuegbuzie, A. J. (2004). Mixed methods research: A research paradigm whose time has come. *Educational Researcher*, 33(7), 14-26. <https://doi.org/10.3102/0013189x033007014>
- Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Indonesia - DataReportal – global digital insights*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Kent, M. L., & Taylor, M. (2016). From Homo economicus to homo dialogicus: Rethinking social media use in CSR communication. *Public Relations Review*, 42(1), 60-67. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2015.11.003>
- Khurana, D., Koli, A., Khatker, K., & Singh, S. (2022). Natural language processing: State of the art, current trends and challenges. *Multimedia Tools and Applications*, 82(3), 3713-3744. <https://doi.org/10.1007/s11042-022-13428-4>
- Lukyanenko, R., Maass, W., & Storey, V. C. (2022). Trust in artificial intelligence: From a foundational trust framework to emerging research opportunities. *Electronic Markets*, 32(4), 1993-2020. <https://doi.org/10.1007/s12525-022-00605-4>
- Macnamara, J., & Gregory, A. (2018). Expanding evaluation to progress strategic communication: Beyond message tracking to open listening. *International Journal of Strategic Communication*, 12(4), 469-486. <https://doi.org/10.1080/1553118x.2018.1450255>

- Monica, V., & Rosari, R. B. (2020). Penggunaan Media Sosial Pada Mahasiswa Universitas Kristen Petra Surabaya. *Scriptura*, 9(2), 71-81. <https://doi.org/10.9744/scriptura.9.2.71-81>
- McCorkindale, T. (2024). *Generative AI in Organizations Insights and Strategies from Communication Leaders*. Institute of Public Relations. <https://instituteforpr.org/ipr-generative-ai-organizations-2024/>
- Puspitosari, R. (2019). Transformation the role of public relations in 4.0 era. *Proceedings of the 1st International Conference on IT, Communication and Technology for Better Life*. <https://doi.org/10.5220/0008929300570060>
- Picazo-Vela, S., Fernandez-Haddad, M., & Luna-Reyes, L. F. (2016). Opening the black box: Developing strategies to use social media in government. *Government Information Quarterly*, 33(4), 693-704. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2016.08.004>
- Putra, K. D. (2013). Public relations: Roles, entry requirements and professionalism. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1). <https://doi.org/10.24002/jik.v6i1.206>
- Reuters Institute. (2018). *UK media coverage of artificial intelligence dominated by industry, and industry sources*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/uk-media-coverage-artificial-intelligence-dominated-industry-and-industry-sources>
- Rubin, H. J., & Rubin, I. S. (2012). *Qualitative interviewing: The art of hearing data*. SAGE Publications.
- Scire, S. (2023, December 5). *Most readers want publishers to label AI-generated articles — but trust outlets less when they do*. Nieman Lab. <https://www.niemanlab.org/2023/12/most-readers-want-publishers-to-label-ai-generated-articles-but-trust-outlets-less-when-they-do/>
- Seyfodin, E., & Tabrizi, S. J. (2024). Effects of artificial intelligence on the future of journalism. *Canadian Journal of Educational and Social Studies*, 4(2). <https://doi.org/10.53103/cjess.v4i2.221>
- Silviani, I. (2024). Quo vadis Indonesian public relations profession: Dilemma on the rise of AI. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 8(1), 053-063. <https://doi.org/10.25139/jsk.v8i1.8056>
- Wang, Y., Pan, Y., Yan, M., Su, Z., & Luan, T. H. (2023). A survey on ChatGPT: AI-generated contents, challenges, and solutions. *IEEE Open Journal of the Computer Society*, 4, 280-302. <https://doi.org/10.1109/ojcs.2023.3300321>
- Wright, D., & Hinson, M. D. (2013). An updated examination of social and emerging media use in public relations practice: A longitudinal analysis between 2006 and 2013. *Public Relations Journal*, 7(3), 1-39. https://www.researchgate.net/publication/312451803_An_Updated_Examination_of_Social_and_Emerging_Media_Use_in_Public_Relations_Practice_A_Longitudinal_Analysis_Between_2006_and_2013/citations
- Wilcox, D. L., Cameron, G. T., Reber, B. H., & Shin, J. (2013). *THINK public relations*. Pearson Higher Ed.