

ANALISIS PEMANFAATAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE SEBAGAI SARANA EFISIENSI KOMUNIKASI PUBLIK DI ERA BANI

by Alya Nurayu Sulisman

Submission date: 09-Oct-2024 03:35PM (UTC+0700)

Submission ID: 2479964468

File name: INTELLIGENCE_SEBAGAI_SARANA_EFISIENSI_KOMUNIKASI_P_turnitin.docx (216.58K)

Word count: 2355

Character count: 16154

ANALISIS PEMANFAATAN *ARTIFICIAL INTELLIGENCE* SEBAGAI SARANA EFISIENSI KOMUNIKASI PUBLIK DI ERA BANI

*Alya Nurayu Sulisman¹⁾, Titi Stiawati²

¹⁾Magister Administrasi Publik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Banten, Indonesia

²⁾Magister Administrasi Publik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Banten, Indonesia

[*7775230002@untirta.ac.id](mailto:7775230002@untirta.ac.id)¹

Alamat: Universitas Sultan Ageng tirtayasa, Sindangsari, Kec. Pabuaran, Kabupaten Serang, Banten 42163

Korespondensi penulis: 7775230002@untirta.ac.id

Abstract:

This article explores the utilization of Artificial Intelligence (AI) as a tool for enhancing efficiency in public communication within the BANI era (Brittle, Anxious, Nonlinear, Incomprehensible). The aim of this research is to investigate how AI can improve the effectiveness of public communication amidst uncertainty and complexity. The research employs a descriptive qualitative approach with a literature review, analyzing data from relevant journal articles, books, and case studies. The study finds that AI plays a crucial role in addressing system fragility through misinformation detection, reducing public anxiety by providing personalized and responsive information, and managing uncertainty and complexity through predictive analysis and data simplification. The results indicate that AI can enhance the efficiency and clarity of public communication but must be complemented by stringent regulations and ethical considerations to ensure responsible use. With the right approach, AI can be an effective tool in improving public communication in this challenging era.

Keywords: Artificial Intelligence; BANI Era; Public Communication

Abstrak:

Artikel ini membahas pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) sebagai sarana efisiensi dalam komunikasi publik di era BANI (Brittle, Anxious, Nonlinear, Incomprehensible). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi bagaimana AI dapat meningkatkan efektivitas komunikasi publik di tengah tantangan ketidakpastian dan kompleksitas. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi literatur, yang meliputi analisis data dari artikel jurnal, buku, dan studi kasus yang relevan. Penelitian ini menemukan bahwa AI memainkan peran penting dalam mengatasi kerapuhan sistem dengan deteksi disinformasi, mengurangi kecemasan publik melalui penyampaian informasi yang personal dan responsif, serta menghadapi ketidakpastian dan kompleksitas melalui analisis prediktif dan penyederhanaan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan AI dapat meningkatkan efisiensi dan kejelasan komunikasi publik, namun perlu diimbangi dengan regulasi yang ketat dan perhatian terhadap aspek etika untuk memastikan penggunaan yang bertanggung jawab. Dengan pendekatan yang tepat, AI dapat menjadi alat yang efektif dalam meningkatkan komunikasi publik di era yang penuh tantangan ini.

Kata kunci: Artificial Intelligence; Era Bani; Komunikasi Publik.

1. LATAR BELAKANG

Pesatnya perkembangan teknologi informasi telah banyak mengubah berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam cara berkomunikasi. Pada era modern saat ini, penyampaian informasi dalam komunikasi publik tidak hanya dapat dilakukan dengan

cara konvensional, tetapi juga melibatkan penggunaan teknologi canggih untuk mencapai audiens yang lebih luas dan efektif. Salah satu teknologi yang mendapatkan perhatian yang pesat dalam konteks tersebut adalah Artificial Intelligence (AI) (Imsspada.Kemdikbud, 2022; Rivki et al., 2023).

Peralihan era masa kini yang sering disebut sebagai era BANI (Brittle, Anxious, Nonlinear, Incomprehensible) telah memiliki masalah komunikasi publik yang semakin kompleks. Era BANI menunjukkan dunia yang tidak teratur, penuh kecemasan, dan sulit dipahami (stephangrabmeier, 2020). Dalam situasi tersebut, strategi komunikasi yang lebih efektif dan fleksibel diperlukan untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan tidak hanya sampai ke audiens, tetapi juga dipahami dengan waktu yang benar dan tepat. *Artificial Intelligence* (AI) menawarkan solusi yang menjanjikan untuk masalah ini. Dengan kemampuan untuk menganalisis data dengan cepat, mempersonalisasi pesan, dan mengotomatiskan proses komunikasi. AI juga dapat membantu organisasi, pemerintahan, dan lembaga publik menyampaikan informasi yang akurat, relevan, dan tepat sasaran bahkan dalam kondisi yang tidak menentu (Abdullah, 2020; Handayani et al., 2024).

Meskipun AI memiliki banyak potensi, penerapannya dalam komunikasi publik di era BANI menghadirkan tantangan tersendiri. Ketidakpastian yang ada di era BANI dapat membuat hasil implementasi AI sulit diprediksi. Selain itu, ada kekhawatiran tentang bagaimana AI dapat mempengaruhi kepercayaan masyarakat, karena ada kemungkinan kesalahan atau bias dalam sistem AI. Oleh karena itu, sangat penting untuk memahami bagaimana AI dapat digunakan secara optimal dalam komunikasi publik di era BANI. Artikel ini akan menganalisis peran AI dalam meningkatkan efisiensi komunikasi publik, menganalisis masalah yang ada, serta memberikan rekomendasi dalam mengatasi masalah tersebut.

2. KAJIAN TEORITIS

2.1 Artificial Intelligence dan Komunikasi Publik

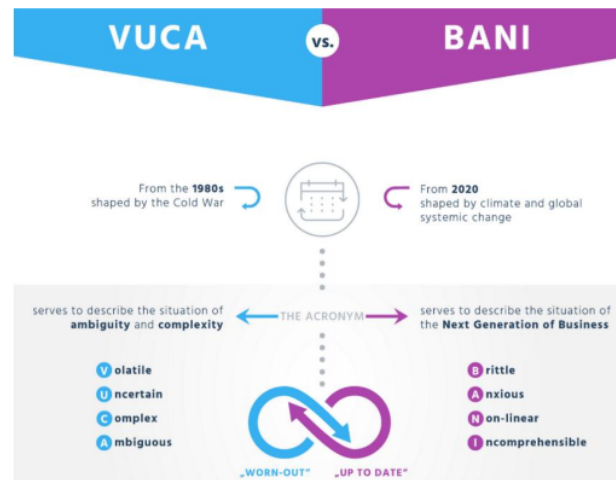
Sejauh ini, berbagai studi tentang komunikasi publik dan teknologi cenderung menempatkan kemajuan teknologi informasi sebagai faktor utama yang mempengaruhi efektivitas komunikasi di era digital. Penggunaan teknologi dalam komunikasi publik, khususnya Artificial Intelligence (AI), memiliki potensi besar untuk mengatasi berbagai tantangan yang muncul dalam lingkungan yang cepat berubah. AI dalam komunikasi sangat berkaitan erat dengan manajemen informasi dan data. Berbagai studi yang ada

cenderung mengidentifikasi manfaat AI dalam meningkatkan efisiensi komunikasi, terutama di organisasi besar, namun kurang memperhatikan urgensi pengembangan regulasi yang jelas dalam penerapannya di sektor publik.

Pertama, studi yang melihat bahwa Artificial Intelligence seperti chatbot dapat meningkatkan efisiensi layanan masyarakat atau pelanggan dalam memberikan respons cepat dan otomatis, hal tersebut memungkinkan organisasi dapat menyesuaikan konten publikasi serta pemasaran sesuai target yang dituju, serta dapat menyelesaikan keluhan secara interaktif (Fauzi et al., 2023; Handayani et al., 2024; Lestari et al., 2023). Kedua, studi yang menyatakan bahwa Penggunaan AI dalam komunikasi publik juga menimbulkan isu-isu etis, seperti tanggung jawab untuk menjaga transparansi dan menghormati privasi individu. Hal ini penting untuk memastikan bahwa teknologi tidak merugikan pihak tertentu dan tetap berfungsi dalam kerangka moral yang baik (Abdullah, 2020; Utari et al., 2024). Ketiga, studi yang menyatakan bahwa Artificial Intelligence dapat membantu dalam mengevaluasi dan melakukan screening terhadap validitas informasi, hal tersebut merupakan hal krusial dalam konteks komunikasi publik (Hendra et al., 2019; Hidayanto et al., 2024). Dari berbagai kecenderungan tersebut, pemanfaatan AI dalam komunikasi publik menawarkan peluang besar, tetapi juga memerlukan perhatian terhadap isu-isu etis, bias, dan perlunya adaptasi dalam teori komunikasi.

2.2 BANI ERA

BANI era merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan kondisi dunia saat ini yang ditandai oleh empat karakteristik utama: Brittle (rapuh), Anxious (cemas), Non-linear (non-linear), dan Incomprehensible (tak terduga). BANI era muncul sebagai respons terhadap kondisi dunia yang semakin tidak pasti dan kompleks, terutama setelah pandemi COVID-19. Sebelumnya, situasi ini sering dijelaskan dengan istilah VUCA (Volatile, Uncertain, Complex, Ambiguous). Namun, dengan perkembangan yang cepat dalam berbagai aspek seperti ketidaksetaraan, perubahan iklim, dan ketidakstabilan global, istilah VUCA dianggap tidak lagi relevan. Oleh karena itu, konsep BANI (Brittle, Anxious, Non-linear, Incomprehensible) diperkenalkan untuk menggambarkan tantangan baru yang dihadapi oleh individu dan organisasi pada era ini (Baskoro, 2023; Raditya & Dhewanto, 2023; stephangrabmeier, 2020; Usha, 2023).



Gambar 1. Era VUCA vs Era BANI

Sumber: (stephangrabmeier, 2020)

Sejalan dengan itu, era BANI juga memiliki empat tantangan utama yang dapat diidentifikasi dalam penerapan AI untuk komunikasi publik, yaitu kerentanan sistem terhadap kompleksitas (Brittle), meningkatnya kecemasan dan ketidakpercayaan publik terhadap teknologi (Anxious), ketidakpastian dalam hasil implementasi AI yang tidak linear (Nonlinear). Selain itu, kemampuan AI untuk memproses informasi secara cepat dan menyederhanakan pesan kompleks sering kali dihadapkan pada kesulitan dalam menyampaikan pesan yang mudah dipahami oleh audiens (Incomprehensible).

19

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan studi literatur pada beberapa penelitian terdahulu untuk melihat bagaimana penggunaan AI sebagai alat komunikasi publik di era BANI (Brittle, Anxious, Nonlinear, Incomprehensible). Pendekatan kualitatif ini dipilih karena memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana kecerdasan buatan dapat digunakan untuk menangani masalah dalam konteks komunikasi publik yang semakin kompleks dan dinamis. Penelitian tentang berbagai teori, ide, dan cara penggunaan AI dalam komunikasi dan bagaimana hal itu mempengaruhi komunikasi dibahas dalam penelitian ini.

20

Data untuk penelitian ini dikumpulkan melalui pengamatan literatur tentang penggunaan kecerdasan buatan dalam komunikasi publik. Tinjauan tersebut mencakup berbagai penelitian tentang kemampuan AI untuk meningkatkan komunikasi, seperti respons otomatis, personalisasi pesan, dan analisis data untuk memahami audiens. Selain itu, literatur menunjukkan beberapa masalah yang berkaitan dengan penggunaan kecerdasan buatan di era BANI, seperti masalah sistem, kecemasan masyarakat terhadap teknologi, dan penyampaian tentang hasil implementasi kecerdasan buatan. Data yang dikumpulkan dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola-pola yang relevan dan menginterpretasikan bagaimana kecerdasan buatan dapat digunakan secara efektif untuk meningkatkan komunikasi masyarakat di tengah tantangan era BANI.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN (Sub judul level 1)

Era BANI (Brittle, Anxious, Nonlinear, Incomprehensible) menggambarkan kondisi dunia yang penuh dengan ancaman dan tantangan yang dinamis, di mana sistem dan struktur seringkali rentan, tidak terduga, dan sulit diprediksi. Di era ini, komunikasi masyarakat menghadapi masalah yang semakin sulit. Hal tersebut termasuk memberikan informasi dengan cepat dan mempertahankan kepercayaan publik di tengah menyiarkan informasi yang sering membingungkan. Dalam hal ini, peran AI menjadi sangat penting. AI dapat menjadi solusi strategi untuk meningkatkan komunikasi masyarakat, terutama dalam menghadapi berbagai masalah yang ditimbulkan pada era BANI.

4.1 Kerapuhan Sistem (Brittle)

Dalam pemanfaatan AI, indikator kerapuhan sistem (Brittle) di era BANI juga menjadi fokus utama. Hal ini karena komunikasi publik yang rapuh dan rentan terhadap hoaks dan disinformasi memerlukan alat yang dapat memperkuat integritas dan keakuratan pesan (Abdullah, 2020). AI melakukan ini dengan menyaring informasi yang beredar di ruang publik, mendeteksi hoaks, dan memberikan peringatan dini terhadap penyebaran informasi yang beredar. Misalnya, kecerdasan buatan memiliki kemampuan untuk mengawasi media sosial secara real-time, menemukan cerita yang salah, dan membantu organisasi publik merespons dengan cepat untuk menafsirkan informasi yang salah sebelum menyebar.

4.2 Kecemasan Publik

Kecemasan masyarakat (Anxious) yang sering disebabkan oleh banjir informasi yang tidak terkendali dapat dikurangi oleh kecerdasan buatan. Ketidakpastian dan ketidakjelasan informasi yang diterima selama era BANI menyebabkan kecemasan pada public (Alamsyah et al., 2024). Dengan menggunakan teknologi AI, chatbot atau sistem otomatis pesan dapat memberikan informasi yang terstruktur, jelas, dan responsif kepada masyarakat. Hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dan mendorong komunikasi yang lebih jelas dan konsisten. Personalisasi pesan yang didukung oleh AI juga dapat membantu memastikan bahwa setiap kelompok audiens menerima informasi yang sesuai dengan kebutuhan dan konteks mereka, sehingga komunikasi lebih tepat sasaran dan tidak membingungkan (Mucharam, 2022; Putri et al., 2024).

4.3 Analisis Data yang Cepat dan Akurat

Analisis data yang cepat dan akurat dapat diberikan oleh kecerdasan buatan untuk meningkatkan efisiensi komunikasi. Di era BANI, di mana perubahan terjadi secara cepat dan sering kali tidak terduga (nonlinear), pengambilan keputusan yang cepat dan berbasis data sangatlah penting. Teknologi kecerdasan buatan memungkinkan analisis data besar secara real-time, yang memungkinkan identifikasi dan penyebaran informasi yang relevan secara instan (Raditya & Dhewanto, 2023). Dalam situasi krisis, AI dapat membantu lembaga pemerintah memberikan data yang akurat dan prediktif, yang sangat penting untuk menghadapi tantangan nonlinearitas saat ini.

4.4 Incomprehensible (Tidak Terpahami)

Selain itu, kemampuan AI untuk menghubungkan data yang kompleks dapat membantu menyelesaikan masalah yang tidak dapat dipahami (tidak terpahami), di mana kompleksitas informasi sering menghambat pemahaman masyarakat. AI membantu memastikan bahwa pesan yang disampaikan tetap relevan dan dapat dipahami oleh audiens yang lebih luas dengan kemampuan untuk menghasilkan visualisasi data yang jelas dan mencakup informasi yang rumit dalam format yang lebih mudah dipahami (Turnip & Siahaan, 2021). Teknologi ini juga memungkinkan komunikasi masyarakat untuk mengelola yang lebih terarah, dimana AI dapat mempersonalisasi pesan berdasarkan demografi, preferensi, dan informasi perilaku audiens, sehingga pesan menjadi lebih efektif dan efisien.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Komunikasi masyarakat di era BANI menghadapi banyak tantangan dalam menyampaikan informasi dengan efektif di tengah kompleksitas dan kerumitannya. Meskipun demikian, AI harus digunakan dengan etika, karena dapat meningkatkan efisiensi berbagai aspek komunikasi publik dan menawarkan solusi strategi. AI membantu mengatasi kerapuhan sistem dengan mendeteksi disinformasi, meredakan kegelisahan masyarakat dengan menyampaikan informasi yang personal dan responsif, serta menangani komunikasi dan kompleksitas dengan analisis prediktif dan penyederhanaan data.

Untuk memaksimalkan manfaat AI, lembaga publik harus membangun infrastruktur digital yang mendukung teknologi ini dan memberikan pelatihan kepada staf terkait penggunaan dan manajemen AI. Selain itu, harus ada regulasi yang jelas untuk mengatur penggunaan AI, mencegah konteksnya, dan melindungi privasi masyarakat. AI dapat dioptimalkan sebagai alat komunikasi yang efektif dan efektif di era BANI sambil mempertahankan kepercayaan masyarakat dan memberikan informasi yang akurat dan relevan dengan pendekatan yang direncanakan dan bertanggung jawab.

DAFTAR REFERENSI

- Abdullah, A. (2020). Public Relations in ¹the Era of Artificial Intelligence: Peluang atau Ancaman? *Aristo*, 8(2), 406. <https://doi.org/10.24269/ars.v8i2.2629>
- Alamsyah, I. L., Aulya, N., & Satriya, S. H. (2024). Transformasi Media dan Dinamika Komunikasi dalam Era Digital: Tantangan dan Peluang Ilmu Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Research Student*, 1(3), 168–181. <https://doi.org/10.61722/jirs.v1i3.554>
- ¹¹ Baskoro, G. (2023). *From VUCA to BANI: A ¹²challenge of Strategic Environment for Higher Education in Indonesia*. Atlantis Press International BV. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-216-3_18
- ³ Fauzi, N., Stiawati, T., & Ema Jumiati, I. (2023). Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Tangerang Untuk Memberikan Informasi Kepada Masyarakat Melalui Aplikasi Tangerang Live. *COMSERVA : Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 125–135. <https://doi.org/10.59141/comserva.v3i1.748>
- ⁶ Handayani, D. S., Kaunang, R., Sondang, S., & Pilot, M. (2024). *Manfaat dan Potensi ⁵masalah Penggunaan Kecerdasan Buatan (AI) dalam Komunikasi Publik PENDAHULUAN Artificial Intelligence atau AI diawali dengan era pembentukan konsep awal yakni tahun 1940 hingga 1950 an . Kata Artificial Intelligence kemudian secara r. 14.*
- ⁸ Hendra, A. S. J., Sabran, Ma'ruf, I., Yasser A, D., A, I., & Ahmar. (2019). Kecerdasan

- Buatan. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Hidayanto, S., Putriyani, A., Nurul Hidayah, A., Fuja Erinna, A., Brigita Nempung, C., Maharani, I., Reyhan Mauliano, P., Marisca, A., Rizkyah, A., Firdianti, N., Sa, N., Dewi Yuliana, S., Mutiah, W., Fiorentina, A., Asri Febrilia, A., Febrianti, D., Dwi Olivianty, M., Tiodora, N., Regita Cahyani, S., ... Dewa, R. (2024). *Masa Depan Komunikasi Ai Dalam Dunia Public Relations*. Widina Media Utama. www.freepik.com
- Imsspada.Kemdikbud. (2022). *Komunikasi Publik Retorika*. 1–28.
- Lestari, N. S., Stiawati, T., Jumiaty, I. E., & Arenawati, A. (2023). Strategi Komunikasi DPMPTSP Kabupaten Serang dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Perizinan Melalui OSS. *Jurnal Manajemen Dan Ilmu Administrasi Publik (JMIAP)*, 5(1), 89–96. <https://doi.org/10.24036/jmiap.v5i1.596>
- Mucharam, A. (2022). Membangun Komunikasi Publik Yang Efektif. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 27(1), 71–82.
- Putri, I. M., Qurniawati, E. F., Magister, S., Komunikasi, I., Komunikasi, F. I., Riau, U. I., & Relations, P. (2024). *Transformasi Etika Dan Strategi Public Relations*. 9(2), 375–387.
- Raditya, D., & Dhewanto, W. (2023). Survey Service Development Using Lean Startup in BANI Era. *Journal of Technology and Technopreneurship*, 11(2), 18–32.
- Rivki, M., Bachtiar, A. M., Informatika, T., Teknik, F., & Indonesia, U. K. (2023). *Komunikasi Publik (Masalah-Malah Strategik)* (Issue 112). Penerbit Gunadarma.
- stephangrabmeier. (2020). *BANI versus VUCA: akronim baru untuk menggambarkan dunia*. Stephangrabmeier. <https://stephangrabmeier.de/bani-versus-vuca/>
- Turnip, E. Y., & Siahaan, C. (2021). Etika Berkomunikasi dalam Era Media Digital. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 3(4), 1–8. <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/659>
- Usha. (2023). *Convergence of Business and Technology* (Usha (ed.); 1st ed. Beyond Line Publisher. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=LbLoEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA318&dq=Bani+Era&ots=NBtxvOj4xx&sig=XPHMWkNcjCJhMtmzRJLLuiz68w&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Utari, P., Pramana, P., & Ramadhani, A. (2024). Beyond Human Communication: the Artificial Intelligence Phenomenon in the Perspective of Communication Theory. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 135–151. <https://doi.org/10.14710/interaksi.13.1.135-151>

ANALISIS PEMANFAATAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE SEBAGAI SARANA EFISIENSI KOMUNIKASI PUBLIK DI ERA BANI

ORIGINALITY REPORT

22%

SIMILARITY INDEX

20%

INTERNET SOURCES

10%

PUBLICATIONS

11%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.penerbitwidina.com Internet Source	2%
2	Submitted to Universitas Pertamina Student Paper	2%
3	Submitted to Academic Library Consortium Student Paper	2%
4	jmiap.ppj.unp.ac.id Internet Source	2%
5	ejournal.undip.ac.id Internet Source	2%
6	journal.ikopin.ac.id Internet Source	1%
7	j-innovative.org Internet Source	1%
8	Submitted to Universitas Prima Indonesia Student Paper	1%
9	repository.lppm.unila.ac.id Internet Source	1%

10	Submitted to Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama) Student Paper	1 %
11	iiari.org Internet Source	1 %
12	Submitted to IUBH - Internationale Hochschule Bad Honnef-Bonn Student Paper	1 %
13	Submitted to Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Student Paper	1 %
14	Submitted to Wesley Institute Student Paper	1 %
15	Muhammad Habibullah. "Artificial Intelligence (AI) dalam Digitalisasi Dakwah", MAUIZOH: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi, 2023 Publication	<1 %
16	garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	<1 %
17	locus.ufv.br Internet Source	<1 %
18	repopak.ut.ac.id Internet Source	<1 %
19	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %

20	ejournal.ipdn.ac.id Internet Source	<1 %
21	ejournal.umm.ac.id Internet Source	<1 %
22	pt.scribd.com Internet Source	<1 %
23	rus.ucf.edu.cu Internet Source	<1 %
24	123dok.com Internet Source	<1 %
25	Bidi Ashri Meidini, Sri Wahyuning Astuti. "Rosé All Day Brand Communication Strategy in Facing the Boycott Issue", Wasilatuna: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, 2024 Publication	<1 %
26	ejurnal.kampusakademik.co.id Internet Source	<1 %
27	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
28	zombiedoc.com Internet Source	<1 %

