

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perubahan terus menerus berlangsung dalam bidang komunikasi dan teknologi, inovasi dalam praktik hubungan masyarakat semakin menjadi suatu kebutuhan. Dengan berkembangnya teknologi digital, membuat terjadinya era baru dalam banyak sektor kehidupan, seperti pada konteks ranah hubungan masyarakat. Pergeseran preferensi media dan meningkatnya harapan masyarakat akan kecepatan serta ketepatan dalam penyampaian informasi telah memunculkan tantangan baru yang harus dihadapi oleh para praktisi hubungan masyarakat. Dalam konteks ini, adaptasi terhadap perkembangan teknologi serta kemampuan untuk terus menciptakan pendekatan-pendekatan komunikasi yang inovatif menjadi suatu kebutuhan mendesak. Praktisi humas dituntut untuk mengembangkan strategi komunikasi yang tidak hanya relevan dengan kebutuhan audiens, tetapi juga tanggap terhadap dinamika sosial yang terus berubah. Kreativitas dan kemampuan berpikir strategis dalam mengembangkan pesan-pesan komunikasi yang tepat sasaran, responsif, dan kompetitif merupakan aspek penting yang perlu dikuatkan demi menjaga penerapan peran humas di tengah transformasi zaman (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

Dalam kerangka perubahan besar yang terjadi akibat transformasi teknologi, *Artificial Intelligence* (AI) telah menempati posisi strategis sebagai salah satu inovasi paling signifikan. AI atau kecerdasan buatan merujuk pada cabang ilmu komputer yang bertujuan menciptakan sistem atau mesin yang mampu meniru

fungsi-fungsi kognitif manusia seperti pembelajaran, penalaran, pemecahan masalah, dan pengambilan keputusan (Russell & Norvig, 2021). Perkembangan AI telah membawa dampak signifikan di berbagai aspek, mulai dari dunia bisnis, layanan kesehatan, pendidikan, hingga komunikasi strategis. Dalam konteks hubungan masyarakat, AI berperan menjadi instrumen penting untuk mendukung efisiensi kerja dan peningkatan penerapan penyampaian pesan kepada publik. Berbagai bentuk implementasi AI dalam praktik humas dapat diamati melalui penggunaan chatbot untuk menjawab pertanyaan publik secara otomatis, sistem manajemen konten berbasis AI, hingga pemanfaatan analisis data dalam memahami tren opini publik melalui media sosial (Wright et al., 2013).

Sebuah laporan menegaskan bahwa adopsi teknologi AI di beberapa sektor telah menghasilkan peningkatan efisiensi operasional organisasi dan melahirkan peluang baru dalam pemahaman serta pemenuhan kebutuhan pelanggan. Dalam hubungan masyarakat, kehadiran AI dapat membantu dalam proses monitoring media, analisis sentimen, serta pembuatan laporan berbasis data secara real-time. Semua ini memungkinkan praktisi humas untuk menyusun strategi komunikasi yang lebih cepat, relevan, dan berbasis pada informasi yang faktual (Semenova et al., 2023). Penggunaan algoritma machine learning dalam analisis percakapan di media sosial mampu mengidentifikasi sentimen publik secara akurat dan membantu organisasi dalam menyusun respons yang lebih tepat sasaran (Aral et al., 2013). Sementara itu studi lain menggambarkan bagaimana penggunaan chatbot berbasis AI dalam layanan publik mampu meningkatkan efisiensi

operasional dan memperkuat kepuasan audiens melalui interaksi yang bersifat personal dan cepat (Noort & Willemsen, 2012).

Namun, meskipun AI menawarkan berbagai kemudahan dan efisiensi dalam proses kerja humas, tantangan dalam penerapannya juga tidak bisa diabaikan. Salah satu hambatan terbesar adalah sedikitnya pemahaman dan keterampilan teknis di kalangan profesional humas. Banyak praktisi yang belum memiliki pengetahuan yang memadai tentang cara kerja dan integrasi teknologi AI dalam strategi komunikasi yang mereka jalankan. Berdasarkan laporan dari Chartered Institute of Public Relations (CIPR) tahun 2020, yang dilakukan di Inggris Raya, dengan sekitar 75% responden yang menjadi anggota CIPR maupun praktisi PR di berbagai sektor, menyatakan merasa tidak percaya diri dalam memanfaatkan teknologi AI karena minimnya pengetahuan dan kompetensi yang mereka miliki. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan keterampilan yang perlu ditingkatkan melalui pelatihan, edukasi, serta kolaborasi lintas disiplin (Anani Bossman & Nutsugah Phd, 2024).

Kekhawatiran masyarakat terhadap bagaimana data pribadi mereka dikumpulkan dan digunakan semakin meningkat. Dalam konteks hubungan masyarakat, praktik pengumpulan data melalui media sosial atau platform digital lainnya, jika tidak dilakukan secara transparan dan etis, berisiko menimbulkan ketidakpercayaan yang besar terhadap institusi yang bersangkutan. Bahkan, kesalahan dalam interpretasi data atau respons yang dihasilkan oleh sistem AI yang tidak sesuai dengan konteks bisa berujung pada kerusakan reputasi organisasi seperti, kehilangan kepercayaan public dan krisis reputasi akibat pelanggaran privasi (Toledano & Avidar, 2015).

Selanjutnya, tantangan yang juga perlu menjadi perhatian adalah bagaimana membentuk dan mengelola kepercayaan publik terhadap pemanfaatan AI dalam praktik komunikasi. Ketika AI gagal menghasilkan jawaban yang akurat atau malah memunculkan bias saat proses pengambilan keputusan, hal tersebut tidak hanya akan merusak citra lembaga, tetapi juga menimbulkan resistensi masyarakat terhadap penggunaan teknologi. Tingkat kepercayaan publik terhadap AI masih tergolong buruk. Sebagian orang merasa khawatir bahwa AI akan menggantikan peran manusia secara menyeluruh, termasuk dalam pekerjaan dan pengambilan keputusan yang berdampak luas terhadap kehidupan mereka (Edelman, 2024).

Berdasarkan Laporan Survei Kepuasan Masyarakat (SKM) Kota Surabaya Tahun 2024 yang dipublikasikan melalui situs resmi Dispendukcapil Surabaya, diperoleh nilai Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) sebesar 97,21. Angka ini memberi isyarat bahwa pelayanan administrasi kependudukan di Surabaya berada pada kategori “Sangat Baik”. Namun ditemukan penurunan kinerja pelaksanaan pelayanan publik dari tahun 2021 hingga 2024 sebesar 0,53% dan masih ada keluhan dari masyarakat seperti respon yang tidak akurat atau lambat (Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Surabaya, 2024)

Tidak dapat dipungkiri bahwa salah satu kegunaan paling signifikan dari AI adalah kapabilitaasnya dalam peningkatan efisiensi dan produktivitas kerja. Dalam konteks hubungan masyarakat, AI dapat membantu mengotomatisasi berbagai pekerjaan rutin seperti monitoring pemberitaan media, penjadwalan konten, serta analisis sentimen publik (Rachmawati & Putri, 2025). Dengan adanya otomatisasi ini, praktisi humas dapat lebih fokus pada tugas-tugas strategis yang membutuhkan keterampilan interpersonal, kreativitas, serta pengambilan keputusan berbasis

empati. Sebagai contoh, pemanfaatan AI dalam menganalisis percakapan media sosial memungkinkan tim humas untuk mendeteksi isu-isu potensial, memahami tren opini publik secara real-time, dan merespons dengan pendekatan yang lebih akurat dan kontekstual (Marr, 2019).

Beberapa perusahaan global telah menunjukkan keberhasilan dalam mengintegrasikan teknologi AI ke dalam strategi komunikasi. IBM, misalnya, memanfaatkan AI untuk melakukan pemantauan dan analisis terhadap data media sosial secara real-time, yang memungkinkan perusahaan menjawab dengan cepat terhadap berbagai isu yang ada (Perakakis et al., 2019). Contoh lainnya yaitu Coca-Cola, memanfaatkan teknologi ini untuk membuat konten penjualan yang lebih sesuai dengan preferensi audiens, menghasilkan tingkat keterlibatan dan loyalitas pelanggan yang lebih tinggi (William Yoo, 2024).

Meskipun demikian, tidak semua respons terhadap penggunaan AI bersifat positif, terutama di Indonesia. Dalam konteks lokal, muncul sejumlah fenomena negatif yang mengiringi perkembangan teknologi ini. Salah satu kekhawatiran yang menonjol adalah potensi berkurangnya lapangan pekerjaan akibat otomatisasi yang semakin meluas. AI yang digunakan untuk mempercepat proses bisnis dan produksi dapat menggantikan sejumlah posisi pekerjaan, khususnya di sektor yang mengandalkan tugas-tugas repetitif. Dampaknya, ketimpangan sosial dan ekonomi dapat semakin melebar, terutama bagi kelompok pekerja yang tidak memiliki keterampilan teknologi tinggi (Imtikhani et al., 2025).

Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dispendukcapil) Kota Surabaya merupakan instansi yang memberikan pelayanan administrasi kependudukan bagi warga Kota Surabaya diantaranya pencatatan kelahiran, kematian, perkawinan,

perceraian, mutasi, KTP elektronik dan lain-lain. Dispendukcapil memiliki visi pelayanan terwujudnya data penduduk yang akurat serta masyarakat yang sadar dan tertib administrasi kependudukan. Dispendukcapil Kota Surabaya adalah salah satu instansi yang sering melakukan inovasi mengenai pelayanan publik diantaranya Klampid New Generation, Puntadewa, Kate-Pay, Lontong Kupang dan lain-lain. Penggunaan inovasi dalam pelayanan publik ini diantaranya menggunakan AI untuk memberikan layanan *real time* kepada masyarakat dan juga kepada khalayak ramai.

Maka dari itu, urgensi untuk melakukan kajian yang lebih mendalam mengenai pemanfaatan AI dalam praktik kehumasan menjadi sangat penting, khususnya dalam konteks sosial, budaya dan teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penggunaan AI dalam membantu tugas-tugas kehumasan. Berdasarkan pertimbangan pertimbangan tersebut, peneliti mengambil judul “Implementasi Penggunaan *Artificial Intelligence* (AI) dalam Praktik Kehumasan di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Surabaya.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana implementasi penggunaan (AI) dalam praktik kehumasan di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dispendukcapil) Kota Surabaya?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari sebuah penelitian pada dasarnya adalah untuk memperoleh, mengembangkan dan menguji pengetahuan berdasarkan pendekatan ilmiah. Tujuan penelitian ini adalah agar memberikan gambaran implementasi penerapan AI dalam peningkatan kualitas pelayanan publik dan keterbukaan informasi khususnya dalam studi kehumasan dan pemanfaatan teknologi digital.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi terhadap kajian keilmuan di bidang ilmu komunikasi, khususnya studi kehumasan dan pemanfaatan teknologi digital. Dalam konteks penelitian ini, pemanfaatan AI dalam kehumasan dapat dipandang sebagai bentuk inovasi yang sedang berada pada tahap difusi di berbagai organisasi, termasuk lembaga pemerintahan di Indonesia.

1.4.2 Manfaat Praktis

A. Bagi Praktisi Humas

Penelitian ini memberikan bahan refleksi dan mengidentifikasi kelemahan terhadap penggunaan AI pada aktivitas hubungan masyarakat. Dengan demikian lembaga yang berkaitan dapat melakukan pengembangan strategi komunikasi yang efektif dan efisien.

B. Bagi Akademisi/Mahasiswa

Penelitian ini memberikan manfaat bagi kalangan akademisi dan mahasiswa sebagai referensi untuk memahami dinamika kehumasan yang saat ini dipengaruhi oleh AI. Terkhusus untuk mahasiswa yang menempuh studi bidang ilmu komunikasi atau teknologi informasi, penelitian dapat menjadi pijakan awal sebelum menggali lebih jauh isu-isu penggunaan AI dalam praktik kehumasan.