

PERAN *PUBLIC RELATIONS* DI ERA *ARTIFICIAL INTELLIGENCE*

Mia Nurislamiah^{1✉}, Rifqi Fauzi², Fatiyah Nurjanah³

Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon^{1,2,3}

mianurislamiah@bungabangsacirebon.ac.id¹, rifqifauzi@abungabangsacirebon.ac.id²,
fatiyahnjh0807@gmail.com³

Received: 2023-10-02; Accepted: 2023-10-09; Published: 2023-12-30

Abstrak : This research aims to find out how the role of public relations in the era of artificial intelligence. The research method is carried out using a qualitative method that focuses on library research. The data collection technique uses library techniques by collecting library materials related to the object of discussion under study. The results of the literature study show that ways are needed to strengthen data analysis and various skills to remain relevant and effective in the era of artificial intelligence. These include utilising technology and data analysis tools to obtain accurate and clear information, understanding how to process data and create reports that are easy to understand, improving the quality of media relations to remain relevant and effective in the AI era, building good relationships with the media and understanding emerging media trends. Strengthening publication strategies and improving the quality of content presented to the media, responding quickly to communication crises in the era of artificial intelligence, being able to utilise technology and data analysis tools to identify potential crises, and being able to create stand-by statements, draft press releases, and hold press conferences to respond effectively to communication crises.

Keywords: Public Relation, Artificial Intelligence

Copyright © 2023, Author.

This is an open-access article under the CC BY-NC-SA 4.0



DOI: <https://doi.org/10.47453/>

Pendahuluan

Di era teknologi yang semakin maju, kehadiran dan peran *Artificial Intelligence* (AI) telah mengubah lanskap bisnis dan komunikasi secara signifikan. Salah satu area yang terkena dampak besar adalah *Public Relations* (PR). PR merupakan disiplin yang bertanggung jawab dalam membangun, memelihara, dan memperkuat hubungan antara organisasi dengan berbagai pemangku kepentingan (*stakeholders*), termasuk khalayak, karyawan, investor, dan masyarakat umum. Era AI telah membawa perubahan mendasar dalam bagaimana PR berinteraksi dengan *stakeholders*, mengelola informasi, dan mengukur dampak kampanye komunikasi.

Perkembangan teknologi AI di era digital saat ini tidak bisa dihindari. Kehadiran AI tentu akan memudahkan pekerjaan manusia, namun juga dikhawatirkan dapat menghilangkan berbagai macam jenis pekerjaan, termasuk PR. Namun, bukan berarti peran manusia dalam membangun PR akan sepenuhnya hilang. Sebaliknya, peran PR tetap diperlukan terutama untuk peran-peran yang bersifat kualitatif dan analisa. Hal ini yang akan menjadi peluang besar dibalik tantangan tersebut (Mahmood, 2023).

Salah satu peran penting AI dalam PR adalah kemampuannya untuk mengolah dan menganalisis data besar-besaran dengan cepat dan akurat. Dengan algoritma cerdas, AI dapat mengidentifikasi tren, sentimen, dan pola perilaku dalam data, termasuk data yang berasal dari media sosial, survei *online*, dan berbagai sumber lainnya. Hal ini memberikan PR akses kepada wawasan yang lebih mendalam tentang apa yang sedang dipikirkan dan diungkapkan oleh khalayak mereka.

Dengan kata lain, PR dapat menggunakan AI untuk memahami lebih baik bagaimana pemangku kepentingan mereka merespons berita, kampanye, atau produk tertentu. Dengan pemahaman yang lebih mendalam ini, PR dapat merancang strategi komunikasi yang lebih efektif dan relevan.

Dalam artikel jurnal ilmiah yang berjudul "Peran *Public Relations* di Tengah Berkembangnya *Artificial Intelligence*", dijelaskan bahwa *Public Relations* harus memperkuat analisa data dan berbagai macam skill untuk membuat keputusan yang tepat dan menyelesaikan masalah krisis komunikasi. *Public Relations* juga harus meningkatkan kualitas media relation untuk tetap relevan dan efektif di era AI. Sehingga *Public Relations* harus merespon krisis komunikasi dengan cepat dan efektif. *Public Relation* harus dapat memanfaatkan teknologi dan alat analisa data untuk mengidentifikasi potensi krisis dan membuat stand by statement, siaran pers, ataupun konferensi pers (Mahmood, 2023).

Ketika krisis muncul, AI juga berperan dalam membantu PR merespons dengan cepat dan efektif. Dengan analisis sentimen, AI dapat mendeteksi perubahan dalam pandangan publik dan mengidentifikasi potensi risiko reputasi. Hal ini memungkinkan PR untuk merespons secara proaktif, mengambil langkah-langkah yang diperlukan, dan mengurangi dampak negatif pada citra perusahaan. AI juga dapat membantu PR dalam mengidentifikasi sumber berita palsu (hoaks) dan mengelola

penyebarannya. Ini penting dalam mempertahankan kepercayaan publik terhadap organisasi dalam situasi krisis.

Selain itu, dalam artikel jurnal ilmiah yang berjudul "*Public Relations in The Era of Artificial Intelligence: Peluang atau Ancaman?*" dijelaskan bahwa PR dapat memanfaatkan teknologi big data dan AI untuk memantau media dan memperoleh informasi yang akurat dan cepat. PR juga harus membangun hubungan yang baik dengan media dan memahami tren media yang sedang berkembang. PR harus meningkatkan kualitas konten yang disajikan kepada media dan mengoptimalkan media profiling untuk memperkuat hubungan dengan media dan jurnalis (Mahmood, 2023).

AI juga memungkinkan PR untuk mengpersonalisasi pesan mereka secara lebih efektif. Berkat analisis data dan kecerdasan buatan, PR dapat membuat pesan yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan individu atau kelompok khalayak. Ini bukan hanya membuat pesan lebih menarik, tetapi juga meningkatkan kemungkinan pesan tersebut diterima dan direspon dengan baik oleh targetnya. Contoh penerapan personalisasi pesan dapat ditemukan dalam email marketing, di mana AI digunakan untuk merancang email yang disesuaikan dengan preferensi dan perilaku penerima. Hal serupa juga dapat diterapkan dalam kampanye PR untuk mencapai hasil yang lebih positif.

Bahkan dalam artikel jurnal ilmiah yang berjudul "*Transformasi Digital Terhadap Kelangsungan Profesi Public Relations di Era Disrupsi*" dijelaskan bahwa PR harus mengembangkan berbagai macam *skills* untuk tetap relevan dan efektif di era AI. PR harus mengembangkan kemampuan analisis data, berpikir kritis, dan etika data. PR juga harus mengembangkan kemampuan komunikasi seperti public speaking, negosiasi, dan lain-lain (Pribadi, 2011).

Meskipun AI membawa banyak manfaat bagi profesi PR, juga ada tantangan etika dan privasi yang harus dihadapi. Pengumpulan dan penggunaan data oleh AI harus dilakukan dengan memperhatikan aturan privasi dan etika yang berlaku. Pelanggaran privasi dapat merusak reputasi perusahaan dan memicu reaksi negatif dari publik. Oleh karena itu, PR harus memastikan bahwa penggunaan AI mereka adalah etis dan sesuai dengan regulasi yang berlaku. Ini melibatkan pengelolaan data dengan cermat dan pematuhan terhadap undang-undang privasi yang berlaku di negara mereka.

Dalam era AI yang semakin maju, peran PR telah mengalami perubahan signifikan. PR sekarang dapat mengandalkan AI untuk memahami dan berinteraksi dengan pemangku kepentingan, mengelola informasi dengan lebih efisien, dan mengukur dampak kampanye komunikasi dengan lebih baik. Namun, PR juga harus menghadapi tantangan etika dan privasi yang muncul seiring dengan perkembangan teknologi ini. Dengan memanfaatkan AI secara bijaksana, PR dapat terus memainkan peran penting dalam membangun dan memelihara hubungan yang kuat antara organisasi dan stakeholder mereka di era digital ini.

Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah *literature review*. *Literature review* merupakan istilah yang digunakan untuk merujuk pada metodologi penelitian atau riset tertentu dan pengembangan yang dilakukan untuk mengumpulkan serta mengevaluasi penelitian yang terkait pada fokus topik tertentu (Triandini, dkk, 2019). *Literature review* adalah segala usaha yang dilakukan oleh peneliti untuk memperolehnya informasi yang relevan serta mutakhir dengan topik atau masalah yang sedang beliau teliti (Setiawan, 2019). *Literature review* yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa jurnal penelitian nasional, yang sesuai dengan indikator pada fokus penelitian tentang peran PR melalui *review* penelitian terdahulu.

Adapun proses dalam melakukan literatur review yang peneliti lakukan adalah mencari jurnal dengan kata kunci yang sesuai dengan fokus penelitian, kata kunci yang digunakan untuk mendapatkan jurnal yang relevan untuk literature review diantaranya : *public relations*, teknologi AI, peran *public relations*, *media relations*, dan peran *media relations* dalam hubungan nya dalam menghadapi era AI.

Selanjutnya, peneliti melakukan perbandingan dari jurnal-jurnal acuan penelitian sebelumnya dengan menyesuaikan hasil penelitian pada jurnal tersebut dengan kerangka konsep dalam penelitian ini yaitu dengan memperkuat analisa data dan berbagai macam *skills* untuk tetap relevan dan efektif. Pemanfaatan dari berbagai macam teknologi dan alat analisa data untuk bisa memperoleh informasi yang akurat dan jelas. Bukan hanya menganalisa tapi harus memahami bagaimana cara mengolah data dan membuat laporan yang mudah dipahami.

Pada awal pencarian jurnal, peneliti menemukan 8 jurnal yang relevan, setelah melalui beberapa tahapan kemudian peneliti menentukan 5 jurnal penelitian yang sesuai dengan indikator dalam penelitian. Rangkuman dalam *literature review* penelitian ini mengenai apa saja peran-peran *public relations* dalam menghadapi era AI. Adapun jurnal-jurnal yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari hasil penelitian yang sudah dilakukan dan diterbitkan dalam jurnal-jurnal nasional terdahulu. Adapun peneliti melakukan pencarian terhadap jurnal-jurnal tersebut melalui jurnal yang telah dipublikasikan pada database yaitu pubmed, mendeley, *cochrane library* dan *google scholar*. Pencarian jurnal nasional ini dilakukan dari bulan September-Oktober 2023 diantaranya jurnal U, Satira (2011) tentang Peran Penting *Public Relations* Di Era Digital, jurnal A. Pribadi (2011) tentang Transformasi Digital Terhadap Kelangsungan Profesi *Public Relations* Di Era Disrupsi Digital *Transformation To The Sustainability Of The Public Relations Profession In The Era*, jurnal S. Susilawati, Arief, M., Priyadi, C., & Ridwan, W. (2022) tentang Penguatan Peran dan Fungsi *Public Relations* Dalam Era New Digital. Jurnal *Cyber PR*, jurnal A. Abdullah, (2020) tentang *Public Relations in The Era of Artificial Intelligence: Peluang atau Ancaman?*, dan urnal N. Arief, N., & Saputra, M. A. A. (2019) tentang Kompetensi Baru Public Relations (PR) Pada Era *Artificial Intelligence: Case Study* Praktisi PR di Indonesia.

Pembahasan

Dalam hasil penelitian *literature review* tentang peran *public relations* dalam menghadapi era AI ditemukan ada 3 hal yang menjadi fokus dalam pembahasan. Bagaimana cara *public relations* dalam memperkuat analisis data dan mengembangkan berbagai macam *skills*, bagaimana cara dalam merespon krisis komunikasi dengan cepat dengan memanfaatkan *media relations* dan teknologi yang berkembang, serta bagaimana cara meningkatkan kualitas media relation untuk bisa digunakan untuk membuat strategi komunikasi serta program yang tepat guna dengan media.

Memperkuat Analisa Data dan Berbagai Macam Skill

Perkembangan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) di era digital saat ini tidak bisa dihindari. Kehadiran AI tentu akan memudahkan pekerjaan manusia, namun juga dikhawatirkan dapat menghilangkan berbagai macam jenis pekerjaan, termasuk *Public Relations* (PR). Namun, PR tetap memiliki peran penting dan dibutuhkan di era AI. PR harus memperkuat analisa data dan berbagai macam *skills* untuk tetap relevan dan efektif. Pemanfaatan dari berbagai macam teknologi dan alat analisa data untuk bisa memperoleh informasi yang akurat dan jelas. Bukan hanya menganalisa tapi harus memahami bagaimana cara mengolah data dan membuat laporan yang mudah dipahami. Dalam jurnal yang membahas tentang peran PR di era digital bahwa *public relations* harus memperkuat analisa data untuk dapat memanfaatkan media baru dalam menjalin komunikasi serta memperkuat manajemen reputasi perusahaan seperti dalam jurnal tentang "Peran Penting *Public Relations* Di Era Digital" dijelaskan bahwa PR harus memperkuat analisa data untuk memanfaatkan media baru dalam menjalin komunikasi serta memperkuat manajemen reputasi perusahaan (Satira, 2021).

Aktivitas PR yang berikutnya adalah tentang bagaimana cara untuk meningkatkan kualitas media relation untuk tetap relevan dan efektif di era AI. Bagaimana PR ini membangun hubungan yang baik dengan media dan memahami media apa saja yang berkembang pada saat ini. Pemahaman tentang cara menggunakan media sosial untuk menjadi alat untuk memperkuat strategi publikasi. Dijelaskan bahwa PR harus dapat beradaptasi dengan perubahan modernitas yang terjadi dan meningkatkan kualitas media relation, Dalam artikel jurnal ilmiah yang berjudul "Transformasi Digital Terhadap Kelangsungan Profesi *Public Relations* di Era Disrupsi" oleh Arguanda Pribadi, dijelaskan bahwa PR harus dapat beradaptasi dengan perubahan modernitas yang terjadi dan meningkatkan kualitas media relation (Pribadi, 2011).

Untuk menciptakan relevansi dengan era AI, PR harus mampu untuk mengembangkan berbagai macam skill yang sesuai dan dibutuhkan. Selain analisis data, PR juga dapat proaktif untuk mengembangkan berbagai macam skill, karena tidak menutup kemungkinan skill yang kita andalkan dapat digantikan oleh teknologi AI di masa depan. Ada beberapa skill yang tidak dapat digantikan oleh teknologi tersebut seperti *public speaking*, negosiasi, dsb. Praktisi dari PR perlu beradaptasi dengan teknologi digital dengan menjaga relevansi dan kreatifitas Dalam artikel jurnal

ilmiah yang berjudul "Cara Adaptasi PR di Ekosistem Digital", dijelaskan bahwa praktisi PR perlu beradaptasi dengan teknologi digital dengan menjaga relevansi dan kreativitas (Kasali, 2020).

Proses PR tidak bisa terlepas dari krisis. Bagaimana cara untuk dapat merespon krisis komunikasi dengan cepat dan tepat. Seorang praktisi harus dapat mengidentifikasi potensi krisis dan memantau komunikasi dengan menggunakan teknologi dan alat analisis data. Ditengah berkembangnya teknologi AI, PR harus dapat memperkuat analisis data dan berbagai macam skill untuk merespon krisis komunikasi dengan cepat. Dalam artikel jurnal ilmiah yang berjudul "Peran Public Relation di Tengah Berkembangnya *Artificial Intelligence*", dijelaskan bahwa PR harus dapat memperkuat analisa data dan berbagai macam skill untuk merespon krisis komunikasi dengan cepat (Arrafi, 2023).

Dalam era digitalisasi dan AI, PR harus beradaptasi dengan teknologi baru, strategi, dan metode untuk tetap relevan dan efektif. Bagaimana memperkuat analisis, mengasah berbagai skill, berpikir kritis, dan meningkatkan kualitas *media relations* yang di gunakan untuk memperkuat strategi publikasi. Meskipun AI dapat membantu PR dalam mengelola dan memantau komunikasi, mengidentifikasi potensi krisis, dan mengotomatisasi beberapa tugas, peran manusia dalam membangun PR tetap diperlukan terutama dalam hal relasi dengan media dan analisa data. Adapun skill yang paling sulit untuk digantikan oleh AI adalah skill terkait komunikasi seperti public speaking, negosiasi, dsb.

Merespon Krisis Komunikasi Dengan Cepat

Salah satu tugas terberat dari PR adalah mempersiapkan hal-hal yang tidak terduga atau segala kemungkinan yang dapat terjadi. Seperti yang disebutkan dalam poin sebelumnya, media monitoring memudahkan kita untuk memperoleh data-data pemberitaan, termasuk berita-berita negatif terhadap perusahaan. PR dituntut untuk lebih siap standby dan responsif terhadap kondisi-kondisi ini. Dengan berbagai kemudahan ini, PR menjadi lebih mudah untuk mengambil keputusan dan menyelesaikan masalah krisis komunikasi. PR dapat lebih membedakan apa krisis komunikasi yang perlu ditindak lanjut dan tidak.

Pemanfaatan teknologi yang berkembang bukan hanya digunakan untuk alat analisa data, tapi juga bisa digunakan untuk memantau komunikasi dan mengidentifikasi potensi krisis. Dengan memantau media social atau media yang lain untuk dapat memperoleh informasi yang akurat dan cepat dalam suatu kondisi tertentu, Dalam artikel jurnal ilmiah yang berjudul "Peran *Public Relations* dalam Penyelesaian Konflik Internal di MAN 2 Banda Aceh", dijelaskan bahwa PR dapat memanfaatkan teknologi untuk memantau media sosial dan memperoleh informasi yang akurat dan cepat (Nurhuda, 2020).

Saat krisis komunikasi terjadi, PR harus dapat membuat *stand by statement* yang siap digunakan ketika terjadi krisis komunikasi. Stand by statement ini harus disiapkan sebelum terjadi krisis dan harus dapat disesuaikan dengan situasi yang

terjadi (Arrafi, 2023). Selain itu, PR harus dapat menyusun siaran pers yang tepat dan efektif untuk merespon krisis komunikasi. Siaran pers harus disusun dengan menggunakan Bahasa yang jelas dan mudah dipahami serta harus memuat informasi yang akurat dan lengkap Dalam artikel jurnal ilmiah yang berjudul "*Peran Public Relations di Tengah Berkembangnya Artificial Intelligence*", dijelaskan bahwa PR harus dapat memperkuat analisa data dan berbagai macam skill untuk membuat *stand by statement* yang tepat (Arief & Saputra, 2019).

Kemudian, hal lain yang harus disiapkan adalah mengadakan konferensi pers untuk memberikan penjelasan yang lebih rinci tentang krisis komunikasi yang terjadi. Konferensi pers harus disiapkan dengan matang dan harus diadakan dengan cepat untuk menghindari spekulasi dan rumor yang tidak benar. Konferensi pers ini harus disampaikan dengan baik untuk dapat cepat merespon krisis komunikasi Dalam artikel jurnal ilmiah yang berjudul "*Kompetensi Baru Public Relations (PR) pada Era Artificial Intelligence*" oleh APIC, dijelaskan bahwa PR harus dapat menyusun siaran pers yang efektif untuk merespon krisis komunikasi (Arief & Saputra, 2019).

Bukan hanya mampu merespon krisis komunikasi dengan cepat dan tepat, PR harus dapat memanfaatkan teknologi dan alat analisa data untuk memantau komunikasi dan mengidentifikasi potensi krisis, membuat *stand by statement*, menyusun siaran pers, dan mengadakan konferensi pers untuk merespon krisis komunikasi dengan efektif. Meskipun AI dapat membantu PR dalam mengelola dan memantau komunikasi, peran manusia dalam merespon krisis komunikasi tetap diperlukan terutama dalam hal analisa data dan pengambilan keputusan. PR dapat mengadakan konferensi pers untuk memberikan penjelasan yang lebih rinci tentang krisis komunikasi yang terjadi. Konferensi pers harus disiapkan dengan matang dan harus diadakan dengan cepat untuk menghindari spekulasi dan rumor yang tidak benar. Dalam artikel jurnal ilmiah yang berjudul "*Penguatan Peran dan Fungsi Public Relations Dalam Era New Digital*", dijelaskan bahwa PR harus dapat mengadakan konferensi pers yang efektif untuk merespon krisis komunikasi (Susilawati et al., 2022)

Meningkatkan Kualitas Media Relation

Dengan adanya AI, PR dapat lebih mudah untuk melakukan media profiling. Melalui media profiling, PR dapat lebih mudah untuk membuat strategi komunikasi serta program yang tepat guna dengan media. Untuk itu, PR harus sering meluangkan banyak waktu untuk bersilaturahmi dengan media, khususnya secara tatap muka. Akan lebih efektif jika silaturahmi dilakukan secara langsung (tatap muka) dan berkesinambungan. Perbanyak silaturahmi secara informal seperti dengan makan, olahraga hingga wisata bersama agar suasana semakin cair. Perkembangan AI tidak akan menghilangkan peran manusia. Adaptif dan inovatif menjadi kunci penting agar PR dapat terus bertahan dan relevan dengan zaman.

Membangun suatu hubungan yang baik dengan media untuk meningkatkan kualitas media relation menjadi tujuan utama. PR harus memahami tren media yang

sedang berkembang dan memanfaatkan media sosial untuk memperkuat strategi publikasi. Dalam artikel jurnal ilmiah yang berjudul "Peran *Public Relation* di Tengah Berkembangnya *Artificial Intelligence*", dijelaskan bahwa PR harus meningkatkan kualitas media relation untuk tetap relevan dan efektif di era AI (Arrafi, 2023). Bahkan PR harus dapat memanfaatkan media profiling untuk memperkuat hubungan dengan media dan jurnalis, mengoptimalkan media profiling untuk memperoleh informasi yang akurat tentang media dan jurnalis yang berkaitan dengan perusahaan (Arief & Saputra, 2019).

Berbagai informasi yang tersebar saat ini sangat tipis perbedaannya antara informasi yang fakta dan informasi yang hoaks. Bercampurnya informasi ini membuat PR harus mampu mengoptimalkan media monitoring untuk memperoleh informasi yang akurat dan cepat tentang pemberitaan yang berkaitan dengan perusahaan. Pemanfaatan media relation ini dengan cara memanfaatkan teknologi *big data* dan AI untuk memantau media tersebut dalam memperoleh informasi. Dalam artikel jurnal ilmiah yang berjudul "*Public Relations in The Era of Artificial Intelligence: Peluang atau Ancaman?*", dijelaskan bahwa PR dapat memanfaatkan teknologi *big data* dan AI untuk memantau media dan memperoleh informasi yang akurat dan cepat (Abdullah, 2020).

PR kemudian dituntut untuk dapat mengembangkan konten yang menarik dan informative untuk meningkatkan kualitas media. Konten tersebut harus memuat kebaruan-kebaruan informasi seputar perusahaan, sehingga dapat disajikan dengan baik kepada media. Konten harus disajikan dengan menggunakan Bahasa yang jelas dan mudah dipahami sehingga dapat menyajikan informasi yang sesuai dengan tujuan dari perusahaan. Dalam artikel jurnal ilmiah yang berjudul "Kompetensi Baru Public Relations (PR) Pada Era *Artificial Intelligence: Case Study* Praktisi PR di Indonesia", dijelaskan bahwa PR harus dapat mengembangkan konten yang menarik dan informatif untuk meningkatkan kualitas *media relations* (Arief & Saputra, 2019).

Dalam era AI, meningkatkan kualitas media relation untuk tetap relevan dan efektif. PR harus membangun hubungan yang baik dengan media, mengoptimalkan media monitoring, meningkatkan kualitas konten, dan mengoptimalkan media profiling. Meskipun AI dapat membantu PR dalam mengelola dan memantau komunikasi, peran manusia dalam membangun hubungan dengan media dan jurnalis tetap diperlukan.

Kesimpulan

Penelitian ini menghasilkan beberapa temuan yang mana dalam era *artificial intelligence* (AI), *public relations* (PR) memiliki peran penting dalam memperkuat analisa data untuk bisa memperoleh informasi yang akurat dan jelas, Bukan hanya menganalisa tapi harus memahami bagaimana cara mengolah data dan membuat laporan yang mudah dipahami. Peran yang lainnya yaitu meningkatkan kualitas *media relations*, dan merespon krisis komunikasi dengan cepat. PR harus mampu memanfaatkan teknologi *big data*, membangun hubungan yang baik dengan media dan

memahami tren media yang sedang berkembang, serta bagaimana mengembangkan berbagai macam skill untuk tetap relevan dan efektif di era AI seperti pengembangan kemampuan *public speaking*, negosiasi dsb. Meskipun AI dapat membantu PR dalam mengelola dan memantau komunikasi, mengidentifikasi potensi krisis, dan mengotomatisasi beberapa tugas, peran manusia dalam membangun PR tetap diperlukan terutama dalam hal relasi dengan media dan analisa data.

Daftar Pustaka

- Abdullah, A. (2020). Public Relations in The Era of Artificial Intelligence: Peluang atau Ancaman? *Aristo*, 8(2), 406. <https://doi.org/10.24269/ars.v8i2.2629>
- Arief, N. N. (2019). Public Relations In The Era of Artificial Intelligence. *Simbiosis Rekatama Media*. <https://www.gramedia.com/products/public-relations-in-the-era-of-artificial-intelligence-baga>
- Arief, N. N., & Saputra, M. A. A. (2019). Kompetensi Baru Public Relations (PR) Pada Era Artificial Intelligence: Case Study Praktisi PR di Indonesia. *Jurnal Sistem Cerdas*, 2(1), 1–12.
- Arrafi, N. (2023). Peran Public Relation di Tengah Berkembangnya Artificial Intelligence. *Digitalbisa.Id*. <https://digitalbisa.id/artikel/peran-public-relation-di-tengah-berkembangnya-artificial-intelligence-ZodUx>
- Kasali, R. (2020). Cara Adaptasi PR di Ekosistem Digital. *Humas Indonesia*. <https://www.humasindonesia.id/berita/cara-adaptasi-pr-di-ekosistem-digital--399>
- Khairunisa, K. K. (2023). Analisis Digital Public Relations Startup Ruang Saling Silang Untuk Membangun Brand Awareness di Masyarakat. *Repository: Universitas Kristen Satya Wacana*. <https://repository.uksw.edu/handle/123456789/29293>
- Mahmood, R. (2023). Public Relations in this era of Digitalization and Artificial Intelligence. *Linkedin*. <https://www.linkedin.com/pulse/public-relations-era-digitalization-artificial-rashid-mehmood>
- Nurhuda, S. R. (2020). Peran Public Relations Dalam Penyelesaian Konflik Internal Di Man 2 Banda Aceh.
- Prastowo, A. (2013). Metode Penelitian Kualitatif: Dalam Perspektif Rancangan Penelitian (M. S. Shanty (ed.)). *Ar-Ruzz Media*. <https://isbn.perpusnas.go.id/Account/SearchBuku?searchTxt=Andi+Prastowo&searchCat=Pengarang>
- Pribadi, A. (2011). Transformasi Digital Terhadap Kelangsungan Profesi Public Relations Di Era Disrupsi Digital Transformation To the Sustainability of the Public Relations Profession in the Era of. 3, 12.
- Satira, U. (2021). Peran Penting Public Relations Di Era Digital. 1(1), 179–202.
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Susilawati, S., Arief, M., Priyadi, C., & Ridwan, W. (2022). Penguatan Peran dan Fungsi Public Relation Dalam Era New Digital. *Jurnal Cyber PR*, 2(1), 74–83. <https://doi.org/10.32509/cyberpr.v2i1.2127>
- Zed, M. (2004). *Metode penelitian kepustakaan*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1057879>