

IMPLEMENTASI SISTEM CERDAS BERBASIS AI DALAM KOMUNIKASI ORGANISASI: TANTANGAN DAN PELUANG

Eli Purwati^{1*}, Pramana², Rifqi Abdul Aziz³

^{1*}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Jawa Timur, Indonesia

²Program Doktor Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia

³Program Studi Digital Public Relations, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung, Indonesia

E-mail: ¹eli_purwati@umpo.ac.id, ²pramana@student.uns.ac.id, ³rifqiabz@telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Sistem kecerdasan buatan (AI) telah menunjukkan potensi besar dalam transformasi komunikasi organisasi. Artikel ini membahas implementasi sistem cerdas berbasis AI dalam konteks komunikasi organisasi dan menganalisis tantangan serta peluang yang terkait. Pertama, artikel ini menguraikan konsep dasar kecerdasan buatan dan memberikan pemahaman tentang bagaimana penerapannya dapat mempengaruhi komunikasi organisasi. Dalam hal ini, sistem cerdas dapat mencakup teknologi seperti pemrosesan bahasa alami, analisis sentimen, dan chatbot cerdas yang mampu berinteraksi dengan pemangku kepentingan organisasi. Namun, implementasi sistem cerdas dalam komunikasi organisasi juga menghadapi tantangan yang perlu diatasi. Tantangan ini meliputi aspek teknis, seperti kebutuhan akan data yang berkualitas dan infrastruktur yang memadai. Selain itu, sumber daya manusia dan pengetahuan yang diperlukan untuk mengelola sistem cerdas juga menjadi kendala. Selanjutnya, keamanan dan privasi data merupakan isu yang penting dalam mengimplementasikan sistem cerdas dalam komunikasi organisasi. Meskipun tantangan tersebut ada, implementasi sistem cerdas juga menawarkan peluang yang signifikan dalam meningkatkan komunikasi organisasi. Sistem cerdas dapat meningkatkan efisiensi dan personalisasi komunikasi, memungkinkan analisis data yang lebih baik, dan memberikan interaksi yang lebih responsif dengan pemangku kepentingan. Peluang ini dapat menghasilkan komunikasi yang lebih efektif, meningkatkan pengalaman pemangku kepentingan, dan memperkuat citra dan reputasi organisasi. Dalam konteks strategis, implementasi sistem cerdas dalam komunikasi organisasi juga berdampak pada perubahan budaya organisasi. Proses komunikasi organisasi juga perlu direstrukturisasi agar sesuai dengan kebutuhan sistem cerdas. Artikel ini juga memberikan tinjauan literatur tentang penggunaan kecerdasan buatan dalam komunikasi organisasi dan mengidentifikasi arah penelitian yang dapat dijelajahi di masa depan.

Kata Kunci: Kecerdasan Buatan; AI; Komunikasi Organisasi; Sistem Cerdas; Transformasi Organisasi

Diserahkan : 2023-03-22,
Direvisi : 2023-05-12,
Diterima : 2023-06-10,

Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial dilisensikan di bawah Lisensi | 226
Creative Commons Atribusi-NonKomersial
4.0 Internasional. (CC BY-NC 4.0)



ABSTRACT

Implementing intelligent systems in organizational communication is not without its challenges, which must be overcome. These challenges include technical aspects such as the need for quality data and adequate infrastructure, as well as the requirement for human resources and knowledge to manage these systems. Data security and privacy are also important issues that must be addressed when implementing intelligent systems in organizational communications. However, despite these challenges, intelligent systems offer significant opportunities for improving organizational communication. They can enhance communication efficiency and personalization, enable better data analysis, and provide more responsive interactions with stakeholders. By taking advantage of these opportunities, organizations can achieve more effective communication, improve stakeholder experience, and strengthen their image and reputation. In addition, the implementation of intelligent systems in organizational communication can lead to changes in organizational culture, necessitating a restructuring of communication processes to suit the needs of intelligent systems. This article also reviews the literature on the use of artificial intelligence in organizational communication and identifies potential research directions for the future.

Keywords: *Artificial Intelligence; AI; Organizational Communication; Intelligent System; Organizational Transformation*

PENDAHULUAN

Di era digital yang semakin maju, penerapan sistem cerdas berbasis kecerdasan buatan (AI) telah membawa perubahan besar dalam banyak aspek kehidupan, termasuk komunikasi organisasi. Organisasi modern dipaksa untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi dan memanfaatkannya untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas komunikasi. Dalam artikel ini, kita akan mengeksplorasi tantangan dan peluang yang terkait dengan penerapan sistem cerdas berbasis AI dalam komunikasi organisasi. Aplikasi kecerdasan buatan (AI) membuat prediksi berdasarkan data yang memungkinkan personalisasi dalam skala besar. Oleh karena itu, kemajuan terkini dalam kemampuan prediktif AI dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih produktif. Dengan menggunakan model agen utama dan memahami AI sebagai teknologi pembangkit sinyal, saya menunjukkan bahwa dalam suatu organisasi, prediksi AI dengan akurasi lebih tinggi mengurangi asimetri informasi dan mendorong komunikasi yang jujur.

Informasi karyawan yang terperinci memungkinkan manajemen yang dipersonalisasi, yang pada akhirnya meningkatkan output dan keuntungan. Dengan menggunakan data observasi, saya menguji implikasi utama model teoretis mengenai perilaku optimal dan heterogenitas dalam kepuasan karyawan. Saya memanfaatkan kumpulan data panel tingkat individu yang unik dari Attuned, sebuah startup Jepang yang telah mengembangkan alat AI yang mengukur motivasi intrinsik karyawan. Hasil eksperimen menunjukkan bahwa ketika berkomunikasi melalui alat AI, kepuasan karyawan meningkat seiring waktu. Efek ini terutama terlihat dalam jangka panjang, bagi individu yang awalnya merasa tidak puas, dalam kelompok kecil, dan bagi mereka yang memiliki karakteristik motivasi serupa dengan rekan satu timnya. Heterogenitas ini menunjukkan pengalaman kerja yang dipersonalisasi berkat penargetan yang

lebih baik oleh para manajer (von Schenk, 2021). Dari penjelasan diatas dapat di sampaikan bahwa penggunaan AI dalam berprganisasi akan membantu kinerja karyawan dan membantu pengembangan komunikasi antara karyawan satu dengan yang lain, komunikasi yang di lakukan juga harus mengikuti perkembangan dunia teknologi yang saat ini berkembang. Adapaun beberapa cara dalam penggunaan komunikasi di era digital akan memudahkan bagi organisasti tersebut.

Mengingat pentingnya kesesuaian organisasi dan hubungan majikan-karyawan yang baik, akses data dapat menyebabkan gangguan perubahan yang dihasilkan dari kemampuan teknologi baru untuk menciptakan prediksi yang dipersonalisasi dan karenanya membantu manajer menyesuaikan praktik dengan kebutuhan psikologis dan motivator masing-masing bawahannya. Kepuasan kerja dan tingkat motivasi non-moneter yang tinggi dari karyawan pada gilirannya dapat berdampak positif terhadap kinerja organisasi dan menjadi kunci untuk menarik dan mempertahankan tenaga kerja yang berdedikasi pada isu-isu persaingan (von Schenk, 2021). Artikel ini akan membahas bagaimana tantangan dan peluang dalam ber organisasi pada penggunaan atau implemetasi system kecerdasan (AI). Apakah perkembangan AI in ikan menjadi peluang bagi organisasi atau menjadi tantangan bagi organisasi, maka kita harus memilah milah mana yang bisa menjadi peluang dan mana yang bisa menjadi tantangan.

Komunikasi organisasi terus berkembang, Penyerahan kendali dalam organisasi akan memperluas pemahaman mereka tentang kekuasaan dengan tidak hanya mencakup kepatuhan dan mekanisme kendali langsung seperti penghargaan dan hukuman, namun juga norma sosial dan budaya, disiplin, dan bentuk kendali yang halus. Dalam proses ini, empat istilah menjadi sangat penting dalam pendekatan kritis terhadap kehidupan organisasi: kontrol terpadu, hegemoni, komunikasi yang terdistorsi secara sistematis, dan identifikasi (Littlejohn & Foss, 2009).

Komunikasi organisasi mengacu pada pertukaran informasi, ide dan pesan dalam suatu organisasi dan dalam struktur formal. Hal ini mencakup komunikasi internal antar karyawan di semua tingkatan dan komunikasi eksternal dengan pemangku kepentingan seperti pelanggan, pemasok, dan masyarakat. Komunikasi yang efektif dalam organisasi penting untuk kelancaran fungsi dan pencapaian tujuan organisasi. Ada komponen dalam komunikasi organisasi adalah sebagai berikut : Komunikasi ke bawah, Jenis komunikasi ini terjadi dari tingkat manajemen yang lebih tinggi ke tingkat yang lebih rendah. Hal ini termasuk memberikan panduan, sasaran, kebijakan, dan umpan balik kinerja. Komunikasi top-down memastikan kejelasan tentang peran dan tanggung jawab serta membantu karyawan memahami tujuan organisasi.

Komunikasi ke atas: Komunikasi ke atas bergerak dari tingkat organisasi yang lebih rendah ke tingkat yang lebih tinggi. Ini mencakup komentar, saran dan laporan mengenai masalah operasional, tantangan dan kekhawatiran karyawan. Komunikasi ke atas mendorong keterlibatan, partisipasi, dan berbagi informasi berharga. Komunikasi ke atas: Komunikasi ke

atas bergerak dari tingkat organisasi yang lebih rendah ke tingkat yang lebih tinggi. Ini mencakup komentar, saran dan laporan mengenai masalah operasional, tantangan dan kekhawatiran karyawan. Komunikasi ke atas mendorong keterlibatan, partisipasi, dan berbagi informasi berharga.

Komunikasi lintas: Komunikasi lintas tingkat dan departemen berbeda dengan cara non-hierarki. Hal ini memungkinkan komunikasi lintas fungsi, koordinasi proyek dan pertukaran informasi antara berbagai bagian organisasi. Komunikasi silang membantu meruntuhkan hambatan dan mendorong inovasi serta berbagi pengetahuan. **Komunikasi Formal:** Komunikasi formal mengacu pada pesan formal dan terencana yang disampaikan melalui saluran yang telah ditetapkan, seperti memo, laporan, buletin, dan pertemuan resmi. Ini mengikuti struktur, protokol, dan hierarki yang telah ditentukan sebelumnya. **Komunikasi Informal:** Komunikasi informal terjadi melalui saluran informal dan percakapan antar karyawan. Hal ini mencakup percakapan santai, rumor, interaksi sosial, dan komunikasi elektronik informal (misalnya email, pesan instan). Komunikasi informal memupuk persahabatan, hubungan sosial, dan pertukaran informasi yang tidak berhubungan dengan pekerjaan (Silviana, 2020). Dalam jurnal yang menyatakan Studi eksplorasi ini mengeksplorasi persepsi tentang Kecerdasan Buatan (AI) dan kesiapan organisasi untuk mengadopsi AI, di sektor pameran industri acara. Kerangka kerja teoretis yang mensintesis kerangka kerja Teknologi - Organisasi - Lingkungan dan Indeks Kesiapan Teknologi dikembangkan untuk memandu studi kualitatif ini. Tujuh belas perwakilan manajerial senior dari organisasi pameran di sembilan negara Eropa Barat diwawancarai, dan pendekatan tematik reflektif diadopsi untuk menganalisis data (Hradecky et al., 2022).

Evolusi proses organisasi dan operasional selama dekade terakhir telah memungkinkan sebagian besar hal ini Teknologi mutakhir seperti analisis data, kecerdasan buatan (AI), dan alat intelijen bisnis. Meningkatnya penggunaan teknologi canggih telah meningkatkan efektivitas, efisiensi dan produktivitas, seperti Pengetahuan yang ada dan pengetahuan baru dalam organisasi terus meningkatkan kekuatan AI (Olan et al., 2022). Perjalanan organisasi menuju adopsi AI dengan menghubungkan ide-ide kesiapan teknis dan sosial, dan teladan proses adopsi teknologi ditekankan mengubah hubungan antara data dan objek lain dengan melalui adopsi/implementasi sistem. Model ini juga penting bagi praktisi, dan temukan faktor sosial yang membuat AI bekerja lebih mudah (Uren & Edwards, 2023). Komunikasi adalah instrumen yang digunakan manusia dalam berinteraksi dengan sesama, baik dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam kehidupan berorganisasi. Dalam organisasi komunikasi merupakan alat yang berfungsi sebagai penghubung serta pembangkit motivasi antar setiap anggota sehingga sebuah organisasi dapat berjalan maju (Mulawarman & Rosilawati, 2014). Pembelajaran organisasi adalah proses pengembangan pengetahuan bersama yang melibatkan individu, kelompok dan organisasi. Hal ini terjadi melalui (1) pertukaran dan pembentukan model mental bersama antara anggota tim atau proyek dan (2) pelembagaan model mental

bersama ini di tingkat organisasi untuk organisasi untuk digunakan di masa depan (Bouma et al., 2023).

KAJIAN TEORI

A. Kemampuan AI dalam Organisasi

Kemampuan AI, sebagai kapasitas yang diperlukan yang harus dikembangkan oleh organisasi public yang harus dikembangkan oleh organisasi publik untuk mewujudkan nilai dari teknologi digital baru. Didasarkan pada berbasis sumber daya (RBV) dari organisasi, kami mengedepankan operasionalisasi gagasan yang diadaptasi yang menguraikan tiga jenis sumber daya yang perlu dikembangkan oleh organisasi publik: sumber daya berwujud, sumber daya tidak berwujud, dan sumber daya manusia. Kemampuan AI memberikan efek tidak langsung pada persepsi kinerja organisasi organisasi, dengan mendorong perubahan dalam tiga kegiatan utama organisasi. Secara khusus, kami berhipotesis bahwa kemampuan AI memiliki efek pada proses otomatisasi, peningkatan wawasan kognitif, dan dalam meningkatkan keterlibatan kognitif dengan warga dan karyawan. yang perlu dikembangkan oleh organisasi publik untuk mewujudkan nilai dari AI, dan dengan secara empiris menunjukkan mekanisme yang dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja organisasi. Hal ini juga menawarkan pemahaman kepada para praktisi tentang bagaimana mereka harus mendekati digital baru seperti AI, dan menunjukkan area di mana inisiatif AI dapat dapat diarahkan (Mikalef et al., 2023). Kecerdasan buatan (AI) telah mengubah cara perusahaan beroperasi dan berinteraksi dengan lingkungannya. Berikut adalah beberapa kekuatan utama AI dalam struktur organisasi:

1. Analisis cepat dan mendalam: AI dapat menganalisis data besar dengan cepat dan efisien. Dengan menggunakan algoritma pembelajaran mesin, AI dapat mengenali pola, proses, dan wawasan yang mungkin terlewatkan oleh manusia. Kemampuan ini memungkinkan organisasi untuk membuat keputusan yang lebih baik, berdasarkan pemahaman yang lebih mendalam terhadap data mereka.
2. Rutinitas otomatis: AI dapat digunakan untuk mengotomatiskan rutinitas dalam suatu organisasi. Misalnya, chatbot AI dapat menangani pertanyaan umum pelanggan, atau sistem otomatis dapat menangani tugas administratif. Otomatisasi ini mengurangi tenaga kerja manusia, meningkatkan efisiensi, dan memungkinkan pekerja manusia untuk fokus pada tugas dan proses yang lebih kompleks. Personalisasi dan Pengalaman Pengguna: Dengan menerapkan AI, organisasi dapat memberikan pengalaman yang dipersonalisasi kepada pengguna dan pelanggannya. AI dapat menganalisis data, preferensi, dan perilaku pengguna untuk memberikan rekomendasi yang dipersonalisasi dan informasi yang relevan. Personalisasi ini dapat meningkatkan kepuasan karyawan, memperkuat keterlibatan dan membangun kepercayaan pelanggan.
3. Manajemen pengetahuan dan pengambilan informasi: AI dapat membantu organisasi mengelola pengetahuan mereka dengan lebih baik. Sistem manajemen pengetahuan yang

didukung AI dapat mengatur dan mengkatalogkan pengetahuan internal, memfasilitasi pengambilan informasi, dan memfasilitasi akses ke data dan dokumen yang relevan.

4. **Prediksi dan analitik:** Kemampuan AI untuk membuat prediksi berdasarkan analisis data historis memungkinkan organisasi membuat prediksi yang lebih akurat tentang tren pasar, permintaan pelanggan, atau kinerja operasional. Ini membantu tim dalam perencanaan strategis, pengambilan keputusan, dan manajemen risiko.
5. **Interaksi manusia-mesin yang lebih alami:** AI telah mencapai kemajuan dalam pemrosesan bahasa alami dan pengenalan suara. Hal ini memungkinkan interaksi manusia-mesin dari asisten virtual, chatbot, atau aplikasi yang diaktifkan dengan suara. Organisasi dapat menerapkan kemampuan ini untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan efisiensi komunikasi.

Dalam organisasi tentunya juga di harapkan dapat membangun kolaborasi atau sinergitas dengan perkembangan teknologi yang ada saat ini . Praktik kolaboratif dapat mengurangi variabilitas ini dan mengintegrasikannya ke dalam proses konstruksi, menciptakan lingkungan yang berbahaya (Eikelenboom & van Marrewijk, 2023). Semakin berkembang nya perubahan teknologi yang da maka semua resiko harus di hadapi dalam bidang organisasi.

B. AI dalam Organisasi Publik

Pemerintah semakin mencari cara untuk memanfaatkan AI di berbagai berbagai kegiatan sektor publik, termasuk militer, pengawasan, layanan kesehatan, penelitian medis, transportasi, pendidikan, dan tanggap darurat. Terlepas dari minat Anda pada AI dari tekad Publik, beberapa lingkungan membantu dukungan AI, Konflik AI Mendukung di Area Publik, pandangan publik, seperti ide Warga negara, yang mengarah ke tekanan penduduk setempat (Alshahrani et al., 2021).. Organisasi sektor publik juga tidak ketinggalan dalam penerapan AI, implikasi peraturannya, dan tantangan terkait. Hal ini tidak mengherankan karena penerapan algoritma AI terus berkembang. di berbagai departemen Namun, meskipun OSP sudah mulai berinvestasi pada AI. Banyak dari mereka selalu berjuang dengan pencapaian Keuntungan yang diharapkan dari teknologi AI (Maragno et al., 2023)..

Administrasi publik menghadapi lingkungan eksternal yang terus berubah, yang ditandai dengan perubahan terus menerus dalam kebijakan dan proses pemilu. Krisis lingkungan hidup dan kebutuhan untuk mempertimbangkan norma-norma sosial memaksa pejabat publik untuk mengembangkan pengetahuan internal. Perubahan lingkungan dan kebutuhan untuk mempertimbangkan norma-norma sosial mengharuskan pejabat publik untuk mengembangkan pengetahuan internal. sebuah proses mengelola konflik kepentingan dan melawan inersia perubahan (Madan & Ashok, 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Jenis penelitian ini bertujuan untuk membuat pemaparan secara sistematis, faktural dan akurat tentang fakta dan sifat objek

(Kriyantono, 2006). Penelitian ini menitik beratkan pada pandangan penggunaan Kecerdasan Buatan (AI) dalam organisasi, dan melihat bagaimana tantangan dan peluangnya. Sehingga dapat melihat seberapa penting penggunaan AI dalam organisasi. Melihat bagaimana penerapan AI dalam organisasi. Penelitian ini juga merupakan penelitian kualitatif yaitu Penelitian komunikasi kualitatif biasanya tidak dimaksudkan untuk memberikan penjelasan-penjelasan (*explanations*), mengontrol gejala-gejala komunikasi, menemukan prediksi-prediksi, atau untuk menguji teori apapun, tetapi lebih dimaksudkan untuk mengemukakan gambaran dan/ atau pemahaman (*understanding*) mengenai bagaimana dan mengapa suatu gejala atau realitas komunikasi terjadi (Pawito, 2007).

PEMBAHASAN

A. Penerapan Sistem Cerdas Berbasis AI dalam Manajemen Organisasi

Penerapan AI dalam organisasi dapat memberikan banyak manfaat, seperti : Peningkatan efisiensi, produktivitas, dan inovasi. Namun, beberapa tantangan juga perlu dipertimbangkan seperti:

1. Tantangan penggunaan AI dalam organisasi adalah:
 - a. Ketersediaan data sistem pintar berbasis AI memerlukan data yang besar dan berkualitas tinggi agar dapat beroperasi secara efektif.
 - b. Organisasi perlu memastikan bahwa mereka memiliki cukup data untuk mendukung penggunaan AI.
 - c. Keterampilan Penggunaan AI memerlukan keterampilan khusus di bidang teknologi, data, dan analitik.
 - d. Organisasi perlu memastikan mereka memiliki karyawan dengan keterampilan ini. Etika penggunaan AI harus dilakukan secara etis.
 - e. Organisasi harus mengembangkan kebijakan dan prosedur untuk memastikan bahwa AI digunakan secara bertanggung jawab.

2. Peluang dalam penggunaan AI pada organisasi adalah:
 - a. Meningkatkan efisiensi dan produktivitas AI dapat membantu organisasi menyelesaikan tugas-tugas yang sebelumnya dilakukan secara manual, sehingga meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Misalnya, AI dapat digunakan untuk memproses data, mengotomatiskan tugas administratif, dan menyediakan layanan pelanggan.
 - b. Peningkatan pengambilan keputusan AI dapat membantu organisasi membuat keputusan yang lebih baik menggunakan data dan analitik yang lebih komprehensif. Misalnya, AI dapat digunakan untuk memprediksi tren pasar, menganalisis risiko, dan mengidentifikasi peluang baru.
 - c. Meningkatkan inovasi AI dapat mendorong organisasi untuk berinovasi dengan menciptakan produk dan layanan baru. Misalnya, AI dapat digunakan untuk

mengembangkan produk yang dipersonalisasi, menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik, dan meningkatkan efisiensi proses manufaktur.

- d. Meningkatkan kolaborasi AI dapat membantu organisasi meningkatkan kolaborasi antara karyawan dan pemangku kepentingan. Misalnya, AI dapat digunakan untuk mendukung komunikasi, berbagi informasi, dan pemecahan masalah secara kolaboratif. Menciptakan pengalaman karyawan yang lebih baik AI dapat membantu organisasi menciptakan pengalaman karyawan yang lebih baik dengan memberikan pelatihan, umpan balik, dan dukungan yang lebih dipersonalisasi. Misalnya, AI dapat digunakan untuk memberikan pelatihan online, mengotomatiskan tugas administratif, dan memberikan dukungan pelanggan.

B. Penerapan sistem cerdas berbasis AI, organisasi harus melakukan hal berikut:

1. Organisasi harus Mengembangkan strategi AI komprehensif yang mencakup tujuan, sasaran, dan pendekatan yang di gunakan.
2. Organisasi perlu berinvestasi dalam pelatihan dan pengembangan karyawan untuk mengembangkan keterampilan AI yang diperlukan.
3. Organisasi harus mengembangkan kebijakan dan prosedur AI untuk memastikan bahwa AI digunakan secara etis dan bertanggung jawab.

KESIMPULAN

A. Tantangan Implementasi Sistem Cerdas Berbasis AI dalam Komunikasi Organisasi:

1. Kompleksitas Teknis: Implementasi sistem cerdas berbasis AI dalam komunikasi organisasi membutuhkan keahlian teknis yang cukup tinggi dalam pengembangan dan pengelolaan sistem AI.
2. Data yang Diperlukan: Sistem cerdas berbasis AI membutuhkan akses terhadap data yang berkualitas untuk memberikan hasil yang akurat dan relevan. Oleh karena itu, tantangan dalam mengumpulkan, mengelola, dan melindungi data organisasi menjadi hal yang penting.
3. Keselarasan Strategis: Penting bagi organisasi untuk memiliki strategi yang jelas dan menyeluruh dalam mengimplementasikan sistem cerdas berbasis AI dalam komunikasi. Tantangan ini melibatkan pengintegrasian AI dengan tujuan organisasi dan mendapatkan dukungan dari pihak manajemen.

B. Peluang Implementasi Sistem Cerdas Berbasis AI dalam Komunikasi Organisasi:

1. Efisiensi dan Produktivitas Komunikasi: Sistem cerdas berbasis AI dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam komunikasi organisasi dengan otomatisasi tugas-tugas rutin, analisis data cepat, dan pemberian jawaban yang cepat dan akurat.
2. Personalisasi dan Pengalaman Pengguna: AI dapat membantu organisasi dalam menyediakan komunikasi yang lebih personal dan pengalaman pengguna yang disesuaikan. Dengan memanfaatkan data pengguna, sistem cerdas dapat memberikan konten yang relevan dan rekomendasi yang disesuaikan dengan preferensi individu.
3. Analisis Data Lanjutan: Sistem cerdas berbasis AI dapat membantu organisasi dalam menganalisis data komunikasi dengan lebih mendalam. Hal ini memungkinkan organisasi untuk memahami pola-pola komunikasi, mengidentifikasi tren, dan mendapatkan wawasan yang berharga untuk pengambilan keputusan yang lebih baik.

Dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang dalam implementasi sistem cerdas berbasis AI dalam komunikasi organisasi, penting bagi organisasi untuk memiliki rencana yang matang, sumber daya yang memadai, dan pemahaman yang mendalam tentang teknologi AI. Dengan menggabungkan kecerdasan buatan dengan strategi komunikasi yang baik, organisasi dapat meningkatkan efektivitas komunikasi, memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan, dan mendapatkan keuntungan kompetitif dalam lingkungan bisnis yang semakin computerized dan kompleks.

DAFTAR PUSTAKA

- Alshahrani, A., Dennehy, D., & Mäntymäki, M. (2021). An attention-based view of AI assimilation in public sector organizations: The case of Saudi Arabia. *Government Information Quarterly*, *July*, 101617. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2021.101617>
- Bouma, D., Canbaloglu, G., Treur, J., & Wiewiora, A. (2023). Adaptive network modeling of the influence of leadership and communication on learning within an organization. *Cognitive Systems Research*, *79*, 55–70. <https://doi.org/10.1016/j.cogsys.2023.01.003>
- Eikelenboom, M., & van Marrewijk, A. (2023). Creating points of opportunity in sustainability transitions: Reflective interventions in inter-organizational collaboration. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, *48*(September 2022), 100748. <https://doi.org/10.1016/j.eist.2023.100748>
- Hradecky, D., Kennell, J., Cai, W., & Davidson, R. (2022). Organizational readiness to adopt artificial intelligence in the exhibition sector in Western Europe. *International Journal of Information Management*, *65*(February), 102497. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102497>
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. Sage Publications.
- Madan, R., & Ashok, M. (2023). AI adoption and diffusion in public administration: A systematic literature review and future research agenda. *Government Information Quarterly*, *40*(1), 101774. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2022.101774>
- Maragno, G., Tangi, L., Gastaldi, L., & Benedetti, M. (2023). Exploring the factors, affordances and constraints outlining the implementation of Artificial Intelligence in

- public sector organizations. *International Journal of Information Management*, 73(November 2022), 102686. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102686>
- Mikalef, P., Lemmer, K., Schaefer, C., Ylinen, M., Fjortoft, S. O., Torvatn, H. Y., Gupta, M., & Niehaves, B. (2023). Examining how AI capabilities can foster organizational performance in public organizations. *Government Information Quarterly*, 40(2). <https://doi.org/10.1016/j.giq.2022.101797>
- Mulawarman, K., & Rosilawati, Y. (2014). Komunikasi Organisasi Pada Dinas Perijinan Kota Yogyakarta Untuk Meningkatkan Pelayanan. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 5(1), 31. <https://doi.org/10.30659/jikm.5.1.31-41>
- Olan, F., Ogiemwonyi Arakpogun, E., Suklan, J., Nakpodia, F., Damij, N., & Jayawickrama, U. (2022). Artificial intelligence and knowledge sharing: Contributing factors to organizational performance. *Journal of Business Research*, 145, 605–615. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.03.008>
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif* (A. Rahim (ed.)). LKiS Yogyakarta.
- Silviana, I. (2020). *Komunikasi Organisasi*. PT. Scopindo Media Pustaka.
- Uren, V., & Edwards, J. S. (2023). Technology readiness and the organizational journey towards AI adoption: An empirical study. *International Journal of Information Management*, 68(September 2022), 102588. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102588>
- von Schenk, A. (2021). Predictably Satisfied: Contributions of Artificial Intelligence to Intra-Organizational Communication. *SSRN Electronic Journal*, 1–43. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3856479>