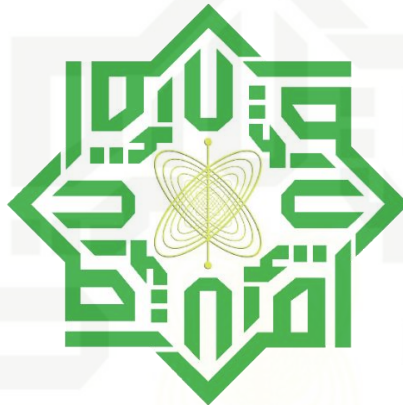


NO.6263/KOM-D/SD-S1/2024

**IMPLEMENTASI ARTIFICIAL INTELLIGENCE DALAM DUNIA  
PUBLIC RELATIONS PADA PT. BANK RIAU KEPRI SYARIAH  
CABANG BANGKINANG**



UIN SUSKA RIAU

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
untuk Memenuhi Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**Disusun Oleh :**

**Ziqra Triani Faranabila  
Nim. 12040321598**

**PRODI ILMU KOMUNKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
2023**

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Ziqra Triani Faranabila  
NIM : 12040321598  
Judul : Implementasi *Artificial Intelligence* dalam dunia *Public Relations* Pada Bank Riau Kepri Syariah Cabang bangkinang

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Jum'at  
Tanggal : 22 Desember 2023

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 22 Desember 2023



Prof. Dr. Imron Rosidi, S. Pd., M.A  
NIP. 19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I

Yantos, S.IP, M.Si  
NIP. 19710122 200701 1 016

Penguji III

Dra. Atjih Sukaesih, M.S  
NIP. 19691118 199603 2 001

Penguji II

Rohayati, S.Sos., M.I.Kom  
NIP. 19880801 202012 2 018

Penguji IV

Artis S.Ag, M.I.Kom  
NIP. 19680607 200701 1047



**IMPLEMENTASI ARTIFICIAL INTELLIGENCE DALAM DUNIA  
PUBLIC RELATIONS PADA PT. BANK RIAU KEPRI SYARIAH  
CABANG BANGKINANG**

Disusun Oleh :

**Ziqra Triani Faranabila**

**NIM. 12040321598**

Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal 12 Desember 2023

Pembimbing

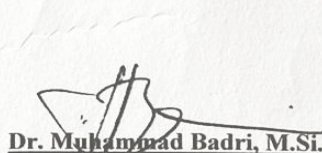


**Assyari Abdullah, S.Sos, M.I.Kom.**

**NIK. 130 417 023**

Mengetahui :

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,



**Dr. Muhammad Badri, M.Si.**

**NIP. 19810313 201101 1 004**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang memunculkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 12 Desember 2023

No. : Nota Dinas  
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar  
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
di-  
Tempat.

*Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Ziqra Triani Faranabila  
NIM : 12040321598  
Judul Skripsi : Implementasi Artificial Intelligence Dalam Dunia Public Relations Pada Pt. Bank Riau Kepri Syariah Cabang Bangkinang

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

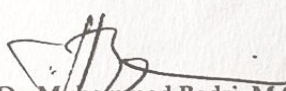
*Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Pembimbing,



Assyari Abdullah, S.Sos, M.I.Kom  
NIK.130 417 023

Mengetahui :  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,



Dr. Muhammad Badri, M.Si.  
NIP. 19810313 201101 1 004



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PERNYATAAN ORISINALITAS**

Nama : Ziqra Triani Faranabila  
NIM : 12040321598

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul :

**“IMPLEMENTASI ARTIFICIAL INTELLIGENCE DALAM DUNIA PUBLIC RELATIONS PADA PT. BANK RIAU KEPRI SYARIAH CABANG BANGKINANG”** adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Pekanbaru, 12 Desember 2023  
Yang membuat pernyataan,



**Ziqra Triani Faranabila**  
NIM. 12040321598

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

**Nama** : Ziqra Triani Faranabila  
**Prodi** : Ilmu Komunikasi  
**Judul** : Implementasi Artificial Intelligence Dalam Dunia Public Relations Pada Pt.Bank Riau Kepri Syariah Cabang Bangkinang

*Artificial Intelligence* merupakan teknologi yang populer saat ini. Teknologi ini banyak digunakan dalam berbagai bidang pekerjaan termasuk juga di dunia Public Relations. Riset ini bertujuan untuk mengetahui penerapan AI (*Artificial Intelligence*) dalam aktivitas Public Relations pada Bank Riau Kepri Syariah yang berada di cabang Kabupaten Bangkinang. Riset ini menggunakan metode kualitatif. Pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini mengambil 4 (empat) orang informan penelitian, yang terdiri dari 2 pihak Di bagian Divisi Fungsional Public Relations. Untuk informan pendukung peneliti mewawancarai 1 karyawan Pada Bidang Teknologi Informasi (IT)/staff fungsional Pada PT.Bank Riau Kepri Syariah Cabang Bangkinang. Kemudian Teknik observasi dengan cara anecdotal dan bentuk analisis data penelitian ini bersifat deskriptif. Temuan dalam riset ini menunjukkan bahwa Bank Riau Kepri Syariah secara umum telah menggunakan AI (*Artificial Intelligence*) dalam aktivitas *Public Relations* mereka. Yakni terdapat pada dalam 3 klasifikasi perangkat AI (*Artificial Intelligence*) diantaranya adalah *Simplification Of Task*, *AI For Unstructured*, dan *Social Listening and Monitoring*.

**Kata kunci** : Kecerdasan buatan, *Public Relations* dan *Bank*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRACT

**Name : Ziqra Triani Faranabila**  
**Major : Communication Studies**  
**Title : Implementation Of Artificial Intelligence In the world of Public Relations at PT.Bank Riau Kepri Syariah Bangkinang Branch**

Artificial Intelligence is a popular technology today. This technology is widely used in various fields of work including in the world of Public Relations. This research aims to determine the application of AI (Artificial Intelligence) in Public Relations activities at Bank Riau Kepri Syariah located in the Bangkinang Regency branch.

This research uses qualitative methods. Data collection carried out in this study is by interview, observation, and documentation methods. This research took 4 (four) research informants, consisting of 2 parties in the Functional Division of Public Relations. For supporting informants, researchers interviewed 1 employee in the field of Information Technology(IT)/ functional staff at PT. Bank Riau Kepri Syariah Bangkinang Branch. Then the observation technique by anecdotal means and the form of data analysis of this study is descriptive. The findings in this research show that Bank Riau Kepri Syariah in general has used AI (Artificial Intelligence) in its Public Relations activities. Namely contained in 3 classifications of AI (Artificial Intelligence) devices including Simplification Of Tasks, AI For Unstructured, and Social Listening and Monitoring.

**Keywords:** *Artificial intelligence, Public Relations and Bank*



## KATA PENGANTAR

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Segala puji bagi Allah SWT yang memberikan kesabaran, kesehatan, dan kekuatan kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi. Dengan Rahmat dan Karunia-Nya penulis bisa menyelesaikan tugas akhir kuliah dalam bentuk skripsi. Shalawat beserta salam penulis ucapkan kepada junjungan alam yakni Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman jahiliah kepada zaman yang penuh cahaya dan ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan pada saat sekarang ini. Karena berkat beliau kita dapat merasakan kehidupan seperti saat ini yang dipenuhi dengan ilmu pengetahuan dan teknologi seperti sekarang ini.

Skripsi dengan judul :“IMPLEMENTASI ARTIFICIAL INTELLIGENCE DALAM DUNIA PUBLIC RELATIONS PADA PT.BANK RIAU KEPRI SYARIAH CABANG BANGKINANG”. Merupakan hasil karya ilmiah yang ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih banyak kelemahan dan kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Namun banyak pihak yang mendorong dan memberikan motivasi bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Dan untuk yang istimewa penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua penulis, yaitu ayahanda **Heri** dan ibunda **Erawati** yang selalu setia mencurahkan kasih sayang, do'a dorongan dan motivasi. Terimakasih atas segala yang ayahanda dan ibunda berikan yang tidak bisa dilupakan dan tidak akan mungkin terbalaskan oleh penulis sehingga penulis semangat dalam penulisan skripsi ini hingga akhirnya skripsi ini selesai. Serta untuk kedua saudara



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kandung penulis yakni kakak **Apt.Evira Yuni Puspitasari S.farm** dan kakak **Erfina Dwi Meilandari S.farm** yang hingga saat ini menjadi panutan dalam meraih kesuksesan dalam ber karir bagi penulis. Dan sebagai penutup penulis juga menyampaikan terimakasih kepada berbagai pihak yang memberikan bantuan moril maupun materil dalam penulisan skripsi ini yaitu :

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Bapak Prof.Dr. Khairunnas, M.Ag. Wakil Rektor I, Bapak Drs.H.Suryan A Jamrah, M.A. Wakil Rektor II, Bapak Dr.Kusnandi, M.Pd. Wakil Rektor III, Bapak Drs. H. Promadi,Ph.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Bapak Dr.Imron Rosidi,S.Pd.,M.A, Wakil Dekan I Bapak Dr.Masduki,M.Ag, Wakil Dekan II Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si dan Wakil Dekan III Bapak Dr.H.Arwan, M.Ag
3. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Bapak Dr.Muhammad Badri,SP.,M.Si dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Bapak Artis,S.Af.,M.I.Kom
4. Dosen Pembimbing yakni Bapak Assyari Abdullah, S.Sos, M.I.Kom yang telah memberikan bimbingan, arahan serta bantuan pemikiran dan waktu sehingga penulisan skripsi ini selesai.
5. Penasehat Akademik oleh Bapak Dr.Muhammad Badri,SP.,M.Si, Terima kasih atas bimbingan dan motivasi yang diberikan selama masa perkuliahan.
6. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas ilmu yang telah diberikan, semoga menjadi bekal dan berkah yang baik bagi penulis kedepannya.
7. Seluruh Informan pada Bank Riau Kepri Syariah yang terlibat, terima kasih penulis ucapkan karena telah membantu memberikan informasi kepada penulis selama proses penulisan skripsi ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8. Orang tua tercinta Ayahanda Heri dan Ibunda Erawati atas jerih payah, do'a dan dukungan yang telah diberikan yang tak mungkin terbalaskan, terima kasih untuk cinta kasihku.
9. Kedua kakak kandung yakni Apt.Evirayuni Puspitasari S.farm dan Erfina Dwi Meilandari S.farm. yang telah menjadi panutan untuk meraih jenjang karir yang lebih baik.
10. Rizky Azmi Septian yang telah memberikan semangat, dan motivasi serta selalu bersedia untuk menjadi penampung segala keluh kesah saya dalam menyelesaikan amanah ini hingga terselesaikan tepat pada waktunya.
11. Teman-teman yang telah memberikan kesan indah dengan segala kenangannya semasa kuliah yakni Barokah Rahmadhani, Arya Anugrah, Atika Azura, Ahmad Roihan, dan Khazna Fitria, teruslah berkembang dan ber proses yaa.
12. Sahabat terbaik semasa sekolahku hingga saat ini menjadi saksi perjuanganku untuk menjadi seorang sarjana yakni Putri Nimi Usti, Suci Rahmadani, dan Suci Awalyah.
13. Teman-teman seperjuangan di kelas Public Relations C yang saling support, Terima kasih sudah bisa berjuang Bersama hingga akhir.
14. Untuk yang paling berharga diri saya sendiri yang telah mampu kooperatif dalam mengerjakan tugas akhir ini. Terimakasih karena selalu berpikir positif dan selalu berusaha mempercayai diri sendiri, hingga akhirnya diri saya mampu membuktikan bahwa saya bisa mengandalkan diri sendiri demi hasil yang dapat dibanggakan. Percayalah rezeki tidak akan pernah ketukar selagi ada usaha dan doa yang selalu beriringan, *Proud my self*.

Pekanbaru, 10 Desember 2023  
Penulis,

**Ziqra Triani Faranabila**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Pengegasan Istilah.....	8
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Batasan Masalah.....	9
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	10
F. Sistematikan Penulisan.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
A. Penelitian terdahulu.....	19
B. Landasan Teori.....	19
C. Teori <i>Computer mediated communication</i> (CMC) .....	48
D. Kerangka Pikiran.....	51
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN.....</b>	<b>53</b>
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian.....	53
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	53
C. Sumber Data Penelitian.....	54
D. Informan Penelitian .....	54
E. Teknik Pengumpulan Data.....	56
F. Validitas Data.....	57
G. Teknik Analisis Data.....	58

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<b>BAB IV GAMBARAN UMUM.....</b>	<b>60</b>
A. Sejarah Singkat Lokasi Penelitian.....	60
B. Visi dan Misi .....	62
C. Struktur Organisasi PT.Bank Riau Kepri Syariah Bangkinang .....	62
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>65</b>
A. Hasil Penelitian .....	65
B. Pembahasan.....	66
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>87</b>
A. Kesimpulan .....	87
B. Saran.....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>89</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>97</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Data Informan Penelitian .....	55
--	----



### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang memunculkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Essential Digital.....	1
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	52
Gambar 5.1 Bentuk Design Pada Media Berita Online .....	70
Gambar 5.2 Design Announcement Bank Riau .....	70
Gambar 5.3 Design Template Instagram .....	71
Gambar 5.4 Design Iklan M-bangking.....	71
Gambar 5.5 Dokumentasi Pelaksanaan zoom pada rapat kerja kemunculan produk baru .....	75
Gambar 5.6 Kegiatan sosialisasi untuk seluruh cabang melalui zoom .....	75
Gambar 5.7 Diagram Pie Chart klasifikasi Simplifications Of Task .....	79
Gambar 5.8 Profile kontak Layanan chatbot melalui fitur whatsapp. ....	82
Gambar 5.9 Layanan chatbot melalui fitur whatsapp. ....	82
Gambar 5.10 Layanan chatbot melalui fitur whatsapp. ....	83
Gambar 5.12 Layanan Platform Bit.ly Bank Riau .....	86
Gambar 5.13 Form Layanan Bit.ly Bank Riau .....	86



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dengan pesatnya perkembangan teknologi saat ini, sangat memberikan kemudahan dalam pekerjaan dan memenuhi kebutuhan manusia. Perkembangan teknologi juga dibutuhkan dalam berbagai aspek, teknologi yang sedang dikembangkan saat ini yaitu sistem cerdas. Sistem cerdas merupakan sistem kendali yang memiliki kecerdasan layaknya manusia dan melibatkan kecerdasan buatan. Kecerdasan buatan atau yang dikenal dengan AI (*Artificial Intelligence*) merupakan perkembangan teknologi robotik dimana kemampuan pengambilan keputusan dapat menyerupai pola pikir manusia.<sup>1</sup>

Kecanggihan teknologi yang serba digital seperti saat ini, tentunya memunculkan persaingan disetiap perusahaan, salah satunya dengan memanfaatkan teknologi internet. Teknologi merupakan suatu hal yang sangat penting. Dunia pada saat ini tengah menghadapi era teknologi atau biasa disebut revolusi industri 4.0. Kondisi tersebut ditandai langsung dengan penggunaan mesin digital dan internet yang menyebabkan perubahan yang cepat dan signifikan terhadap segala sektor kehidupan manusia sehingga memudahkan manusia dalam melakukan berbagai pekerjaan. Era transformasi digital adalah bagian proses dari teknologi yang lebih besar, dan ini adalah perubahan yang berhubungan dengan penerapan teknologi digital dalam aspek kehidupan yang ada pada masyarakat.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Luh Putu Ary Sri Tjahyanti, Putu Satya Saputra, "Peran Artificial Intelligence (Ai) Untuk Mendukung Pembelajaran Di Masa Pandemi Covid-19," *Jurna Lkomputer Dan Teknologisains ( Komteks)* 1 (Oktober 2022).

<sup>2</sup> Yudo Devianto and Saruni Dwiasnati, "Kerangka Kerja Sistem Kecerdasan Buatan dalam Meningkatkan Kompetensi Sumber Daya Manusia Indonesia," *Jurnal Telekomunikasi dan Komputer* 10, no. 1 (April 8, 2020): 19, <https://doi.org/10.22441/incomtech.v10i1.7460>.

**Gambar 1.1**  
**Data penggunaan digitalisasi di Indonesia Tahun 2022**



Sumber : We are social

Berdasarkan sumber data we are social Digital Indonesia pada tahun 2022, dengan total populasi 277.7 juta orang ,maka 370.1 juta orang yang dapat meng akses jaringan seluler yang tersebar , dan sebanyak 204.7 juta orang yang menggunakan internet ,hinga 191.4 juta orang yang aktif sebagai pengguna media social. Dapat disimpulkan bahwa pengguna media digital di Indonesia sangat meningkat , yang dapat digunakan untuk sarana konektivitas dan komunikasi, akses informasi, pengetahuan, dan edukasi serta hiburan.

Kondisi tersebut ditandai langsung dengan penggunaan mesin digital dan internet yang menyebabkan perubahan yang cepat dan signifikan terhadap segala sektor kehidupan manusia sehingga memudahkan manusia dalam melakukan berbagai pekerjaan. Era transformasi digital adalah bagian proses dari teknologi yang lebih besar, dan ini adalah perubahan yang berhubungan dengan penerapan teknologi digital dalam aspek kehidupan yang ada pada masyarakat. Kecerdasan buatan adalah suatu ilmu yang mempelajari cara membuat komputer melakukan sesuatu seperti yang dilakukan oleh manusia. Muncul berbagai inovasi yang harus dilakukan pihak perusahaan agar pelayanan tetap berjalan sebagaimana mestinya. Salah satunya dengan memanfaatkan IT. Bagi beberapa sektor tentunya sejalan dengan semakin



rumitnya Fungsi dan kegiatan operasional di setiap kantor utama maupun kantor cabang yang saat ini dituntut untuk dapat memenuhi sistem layanan berbasis digital dengan tujuan memberikan variasi layanan inovatif berbasis teknologi.<sup>3</sup>

Teknologi membuat individu nyaman dalam berkomunikasi, karena hal tersebut meminimalisir kehadiran serta jarak diantara pelaku komunikasi. Salah satu bentuk interaksi yang tercipta dari hadirnya kolaborasi antara teknologi dan komunikasi ini ialah interaksi maya, dimana individu tidak perlu hadir di satu tempat dan waktu yang sama hanya untuk melakukan interaksi. Aspek lain yang turut merubah cara individu dalam berinteraksi maupun berkomunikasi juga terjadi pada sisi pelayanan pelanggan. Banyak industri produk maupun jasa yang terus melakukan inovasi dalam hal pelayanan pelanggan.<sup>4</sup>

Namun, seiring dengan perkembangan teknologi dan komunikasi, banyak perusahaan yang mulai meninggalkan bentuk pelayanan pelanggan yang konvensional. Hal ini didasarkan pada perubahan pola dan perilaku individu dalam berinteraksi, khususnya dalam bidang pelayanan. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, pelanggan sebagai individu dalam masyarakat juga sudah terpapar perkembangan teknologi komunikasi yang membuat cara pendekatan ke mereka turut berubah. Pelanggan yang nyaman menggunakan telepon genggam ataupun sarana Internet pasti akan berpikiran dua kali untuk berpergian ke kantor cabang terdekat hanya untuk difasilitasi oleh bagian pelayanan pelanggan. Untuk itulah, banyak dari perusahaan yang memusatkan bisnisnya dari pelanggan berlomba-lomba mencari alternatif baru dalam hal pengembangan layanan pelanggan. Pesatnya perkembangan teknologi dan terjadinya interkoneksi antara perkembangan teknologi dengan

<sup>3</sup> Ira Rahmawati, Endang Larasati, And JI H Soedarto, “Jurnal Artikel Proses Inovasi Pelayanan Komunitas Digital Pemerintah Kota Semarang ‘Semarang Digital Kreatif (Sdk)’ Di Semarang,” 2016.

<sup>4</sup> Rangga Putera Perdana And Irwansyah Irwansyah, “Implementasi Asisten Virtual Dalam Komunikasi Pelayanan Pelanggan (Studi Kasus Pada Layanan Pelanggan Telkomsel),” *Jurnal Komunikasi* 11, No. 2 (December 17, 2019): 183, <https://doi.org/10.24912/jk.v11i2.5491>.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pemanfaatannya yang dapat memunculkan hal-hal baru yang belum pernah terjadi pada revolusi industri sebelumnya. Salah satunya dari sekian banyak contoh adalah munculnya teknologi artificial intelligence atau yang kita kenal dengan kecerdasan buatan.<sup>5</sup>

Para ilmuwan dan peneliti menjadi semakin vokal tentang prospek kecerdasan buatan (AI) yang menonjol ke dalam kehidupan kita sehari-hari, mengambil alih pekerjaan kita, mengendarai mobil kita dan berpotensi menjalankan dunia. Dan di perkirakan bahwa pada tahun 2025, robot dapat menghasilkan setara dengan 40-75 juta pekerja dalam peran industri dan layanan. Google, Apple, Facebook, dan Microsoft semuanya adalah perusahaan yang meningkatkan investasi dalam sistem AI dan seiring kemajuan teknologi, lebih banyak lagi yang akan bergabung dengan mereka.<sup>6</sup>

Dengan adanya peningkatan jaringan yang didukung teknologi informasi dan sumber daya manusia yang profesional tidak lah lepas dari fungsi, peranan serta aktivitas public relations dalam menjalin hubungan dengan media. Disini lah seorang public relations dituntut untuk melakukan tugasnya agar suatu perusahaan dapat dipercaya oleh masyarakat sebagai pengguna serta media sebagai pengamat atas apa yang dilakukan public relations guna menjaga citra, reputasi agar tetap bertahan dengan banyaknya persaingan didalam perbankan. Jika seorang public relations officer berhasil menjalin kerjasama melalui komunikasi yang baik, maka akan dengan mudah terbentuk citra yang baik pula dikhalayak masyarakat sehingga perusahaan akan dengan mudah mencapai tujuan dari suatu perusahaan itu sendiri.

Kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) merupakan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang mengemuka dalam sepuluh tahun

<sup>5</sup> Yuti Yuniarti, "Guidelines For Developing An Appropriate General English Material For Higher Students: A Perspective," *Jurnal Rasi* 1, No. 2 (January 9, 2021): 216–23, <https://doi.org/10.52496/Rasi.V1i2.50>.

<sup>6</sup> "How Will Artificial Intelligence Affect PR\_2020," .

terakhir. Pemanfaatan Artificial Intelligence oleh industri tidak hanya terbatas di sektor industri Telekomunikasi, namun juga di sektor Perbankan, Manufaktur, Jasa, bahkan di sektor Pemerintah. Dibeberapa negara, Implementasi kecerdasan buatan sudah mencapai hampir 56%.<sup>7</sup> Dengan Adanya kecerdasan buatan, mungkin lebih berdasarkan bukti, adalah bahwa ia memiliki kekuatan untuk memahami sejumlah besar data dan memiliki supremasi untuk dapat mensintesis semua informasi lebih cepat daripada yang bisa dilakukan manusia mana pun. Meskipun Public Relations sangat didasarkan pada pengumpulan data dalam jumlah besar, bagaimana jika ada sesuatu yang dapat melakukan bagian penelitian dari proses, mengumpulkan daftar media, mendistribusikan siaran pers dan menjalin hubungan antar eksternal ataupun internal perusahaan.

Dalam suatu organisasi atau perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa terutama jasa perbankan, seperti Bank Riau Kepri Syariah yang merupakan bank BUMD milik pemerintah Provinsi Riau akan berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi setiap nasabahnya. Sama Seperti bank-bank lainnya Bank Riau Kepri Syariah juga memiliki visi serta misi. Dimana visi bank Riau Kepri yaitu sebagai perusahaan perbankan yang mampu berkembang dan terkemuka di daerah, memiliki manajemen yang profesional dan mendorong pertumbuhan perekonomian daerah sehingga dapat memberdayakan perekonomian rakyat. sedangkan misi nya yaitu sebagai bank “sehat”, elit dan merakyat. Pelayanan yang baik bisa dalam bentuk penyampaian informasi mengenai produk-produk terbaru ataupun kebijakan terbaru yang ditetapkan oleh suatu perusahaan. Dalam penyampaian informasi tersebut agar tidak terdapat salah pengertian dari para nasabah maka dibutuhkan seorang public relations officer.<sup>8</sup>

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



<sup>7</sup> kirana Rukmayuninda Ririh Et Al., “Studi Komparasi Dan Analisis Swot Pada Implementasi Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence) Di Indonesia,” *Jurnal Teknik Industri* 15, no. 2 (2020).

<sup>8</sup> Aulia Hasanah And Aqsiami Kirana, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Bank Dki Cabang Pembantu Pondok Gede Terhadap Kepuasan Nasabah,” *Jurnal Manajemen Bisnis* 21, No. 3 (2018).



Berbagai upaya dilakukan perusahaan perbankan untuk tetap bertahan hidup dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat dengan perusahaan perbankan lainnya. Salah satu cara yang harus ditempuh perusahaan dalam hal ini adalah dengan menentukan sistem yang tepat supaya tetap bertahan hidup di tengah persaingan serta dalam meningkatkan kinerja suatu perusahaan. Masyarakat sebagai pengguna jasa kini semakin selektif dalam memilih bank untuk menipkan dana yang dimiliki untuk menghindari resiko kehilangan dana akibat buruknya kinerja suatu bank. Dalam hal ini unsur kepercayaan menjadi faktor kunci bagi perbankan untuk memenangkan persaingan di era teknologi yang semakin canggih dan berkembang.<sup>9</sup>

Dengan tujuan meningkatkan pelayanan kepada nasabah, yang di dukung dengan kecerdasan buatan ( *Artificial Intelegence*) maka penggunaan mobile banking merupakan salah satu bentuk layanan yang disediakan oleh bank untuk memungkinkan nasabah melakukan transaksi secara instan melalui ponsel seluler. Aplikasi layanan ini sangat membantu kebutuhan nasabah yang memiliki mobilitas dan kesibukan yang cukup tinggi, disamping itu dengan adanya aplikasi mobile banking maka nasabah akan merasa lebih efektif dan efisien.<sup>10</sup>

Kunci keberhasilan suatu bank bukan hanya semata terletak pada kualitas pelayanan jasa saja akan tetapi tergantung bagaimana seorang public relations dalam menjalin hubungan baik dengan pihak luar terutama dengan media. Salah satu kegiatan utama public relations adalah untuk membentuk dan menjaga citra positif perusahaan bahkan mengubah pandangan negatif menjadi positif. Oleh karena itu keberadaan media sangat dibutuhkan oleh public relations sebagai media publikasi dan penyebaran informasi. Sedangkan media juga membutuhkan public relations untuk mendapatkan informasi tentang

<sup>9</sup> Roni Andespa, "Menciptakan Nilai Untuk Nasabah Dengan Strategi Customer Relationship Marketing," *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau (Stier)*, 2020.

<sup>10</sup> Hasanah And Kirana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Bank Dki Cabang Pembantu Pondok Gede Terhadap Kepuasan Nasabah."

perusahaan yang ditanganinya. Oleh karena itu sudah semestinya kedua pihak tersebut menjalin hubungan baik.

Dengan adanya kehadiran AI (*Artificial Intelligence*) tidak hanya akan menjadi alat yang berguna untuk menilai analitik, tetapi juga akan memberi para profesional Praktisi Public Relations kemampuan untuk mendeteksi krisis dengan lebih akurat. Platform yang didukung oleh AI akan memiliki kemampuan untuk membuat prediksi berdasarkan variasi sebelumnya dalam aktivitas media sosial, serta image di berbagai media dan membantu dalam menentukan tingkat urgensi suatu situasi pada perusahaan.<sup>11</sup>

Secara teknis, ada banyak hal dipersiapkan Bank Riau Kepri Syariah agar ter sistematis dalam setiap *job desk*, termasuk kesiapan karyawan BRK syariah, teknologi informasi (TI), Standard Operating Procedure (SOP) dan, yang paling penting adalah membentuk *team work* yang baik untuk membentuk kualitas dan pelayanan yang baik.<sup>12</sup> Bank Riau Kepri Syariah menggunakan kata humas (*Public Relations*) yang pada dasarnya sama-sama menjalankan fungsi dan peranan public relations yang bertujuan untuk menjaga citra dan reputasi perusahaan baik secara eksternal, internal maupun stakeholdernya. Dengan adanya public relations yang menjadi tolak ukur suatu perusahaan. Bank Riau Kepri menjadi mitra usaha untuk mendorong pertumbuhan daerah sebagai bank kerakyatan masyarakat Riau dan Kepulauan Riau.

Dengan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti dan menganalisis tentang penerapan kinerja public relations di era *artificial intelligence* pada Bank Riau Kepri syariah (BRKS). Oleh karena itu judul penelitian ini adalah *Implementasi artificial intelligence*

<sup>11</sup> “Artificial Intelligence (Ai) Is Transforming Public Relations - Worldcom.2020,”.

<sup>12</sup> Raisa Azura Figana And Yusni Maulida, “The Effect Of Conversion Of Conventional Bank Riau Kepri To Sharia Bank Riau Kepri On Assets And Customer Satisfaction With Customer Perceptions As Intervening Variables,” 2022.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam dunia *public relations* pada PT Bank Riau Kepri Syariah Cabang Bangkinang .

## B. Penegasan Istilah

### 1. Implementasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Implementasi yaitu pelaksanaan atau penerapan. Sedangkan pengertian umum adalah suatu Tindakan atau pelaksana rencana yang telah disusun secara cermat dan rinci (matang).

Pengertian implementasi menurut Nurdin Usman dalam bukunya yang berjudul Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum menjelaskan mengenai implementasi sebagai berikut: “Implementasi adalah bermuara pada aktivitas, aksi, tindakan, atau adanya mekanisme suatu sistem. Implementasi bukan sekedar aktivitas, tetapi suatu kegiatan yang terencana dan untuk mencapai tujuan kegiatan”.<sup>13</sup>

### 2. *Artificial Intelligence*

*Artificial Intelligence* atau kecerdasan buatan diperlukan untuk memahami bahasa komputer. *Artificial Intelligence* merupakan salah satu bagian ilmu komputer yang membuat agar mesin (komputer) dapat melakukan pekerjaan seperti dan sebaik yang dilakukan oleh manusia. Yang merupakan mekanisme pengetahuan yang ditekankan pada kecerdasan pembentukan dan penilaian pada alat yang menjadikan mekanisme itu, serta membuat komputer berpikir secara cerdas.<sup>14</sup>

Jhon McCarthy (1956) mendefinisikan *Artificial Intelligence* yaitu untuk mengetahui dan memodelkan proses-proses berpikir manusia dan

<sup>13</sup> Nurdin Usman, “Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum” (Grasindo , Jakarta, 2002).

<sup>14</sup> Citra Kurniawan, “Implementasi *Artificial Intelligence* Dalam Penyelesaian Masalah Dengan Metode Unification Dan Back Tracking Visual Prolog,” 2015.



mendesain mesin agar dapat menirukan perilaku manusia. Cerdas = memiliki pengetahuan + pengalaman, penalaran (bagaimana membuat keputusan dan mengambil Tindakan), moral yang baik. Agar mesin bisa cerdas (bertindak seperti dan sebaik manusia) maka harus diberi bekal pengetahuan dan mempunyai kemampuan untuk menalar.<sup>15</sup>

### 3. *Public Relations*

*Public Relations* adalah suatu seni untuk menciptakan saling pengertian antara kedua belah pihak yang lebih baik di dalam memperbesar kepercayaan terhadap sesuatu organisasi, perusahaan atau seseorang. Jadi *public relations* adalah suatu kegiatan timbal balik antara lembaga dan publiknya, baik internal maupun eksternal.<sup>16</sup>

#### C. Rumusan Masalah

Dalam mewujudkan penelitian yang terarah dan sistematis, penulis menetapkan rumusan masalah dalam penelitian yaitu “Bagaimana Implementasi *artificial intelligence* dalam dunia *public relations* pada PT Bank Riau Kepri Syariah Cabang Bangkinang?”.

#### D. Batasan Masalah

Batasan masalah adalah umumnya bertujuan untuk mengarahkan pembahasan penelitian, sehingga tidak mengalami penyempitan atau pelebaran pokok masalah. Menurut Asep Saepul Hamdi dan E. Bahruddin

<sup>15</sup> Aisyah Mutia Dawis, Irfan Sophan Himawan, Ratnadewi, Dwiny Meidelfi, Junaidi, Faisal Ikhran, Defni, Rofiq Harun, M.Syauqi Haris, Wahyuddin S.Eka Yuniar, Rakhmat Purnomo, Inayatul Inayah, Aline Gratika Nugrahani., *Artificial Intelligence : Konsep Dasar Dan Kajian Praktis*, Vol. 1 (CV. Tohar Media, 2022).

<sup>16</sup> erwan Baharudin, “Public Relations Dalam Kegiatan Marketing” 1 (2004).

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(2015) ,batasan masalah adalah pembatasan permasalahan-permasalahan yang akan diambil dalam penelitian.<sup>17</sup>

Adanya batasan masalah juga membantu agar penelitian ini menjadi lebih terarah serta memudahkan dalam membahas kajian-kajian sehingga penelitian dapat tercapai. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus kepada Implikasi *Artificial Intelegence* Dalam Dunia *Public Relations* (Studi Kasus Pada Bank Riau).

### E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan dan kegunaan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Implementasi *artificial intelegence* dalam dunia *public relations* pada PT Bank Riau Kepri Syariah Cabang Bangkinang.

#### 2. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam pengembangan ilmu teori secara mendalam sesuai dengan materi yang telah dipaparkan. Terkhusus dengan hal yang berkaitan terhadap Implementasi *Artificial Intelegence* Dalam Dunia *Public Relations* pada Bank Riau Kepri Syariah.
2. Secara Praktis Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran secara nyata terkait Implementasi *Artificial Intelegence* Dalam Dunia *Public Relations*. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang mengambil topik yang sama

<sup>17</sup> Asep Saepul Hamdi Dan E. Bahruddin Dalam Buku *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*, 2015.

untuk memudahkan melengkapi kekurangan dalam penelitian ini.

## **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan menggambarkan secara singkat organisasi penulisan beserta ringkasan isi dari setiap bagiannya. Sistematika penulisan yang akan dibahas terdiri dari beberapa bab sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang terdiri dari: Latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, landasan teori yang berkaitan dengan pembahasan masalah yang diteliti, dan sistematika penulisan.

### **BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR**

Bab ini terdiri dari kajian teori, kajian terdahulu, dan kerangka pikir.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data/informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, teknik analisis data.

### **BAB IV GAMBARAN UMUM ( SUBYEK PENELITIAN)**

Pada Bab ini membahas tentang gambaran umum tempat penelitian seperti sejarah, visi dan misi, struktur perusahaan dan kegiatan perusahaan. Dalam hal ini adalah Bank Riau Kepri Syariah.

### **BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada Bab ini menyajikan hasil penelitian terkait Implementasi *Artificial Intelligence* Dalam Dunia *Public Relations* di Bank Riau Kepri Syariah.



## **BAB VI PENUTUP**

Pada Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang membangun bagi objek penelitian agar bisa lebih baik lagi kedepannya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

### **Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kajian Terdahulu

Pada bagian ini akan dijelaskan hasil – hasil kajian penelitian terdahulu yang bisa dijadikan pedoman pada topik penelitian ini. Peneliti menyadari pentingnya penelitian terdahulu sebagai salah satu batu pijakan dalam sebuah penelitian dan sebagai data pendukung untuk para peneliti selanjutnya. Meskipun pada penelitian terdahulu yang peneliti temukan tidak memiliki objek penelitian yang identik, namun topik serta beberapa bahasan yang ada dan relevan pada penelitian tersebut dapat diterapkan pada penelitian ini. Berikut dijelaskan beberapa penelitian terdahulu yang telah dipilih :

1. Penelitian ini dilakukan oleh N. Nurlaela Arief dan M.Arkan Ariel Saputra (2019) . Dengan judul “ **Kompetensi Baru Public Relations (PR) Pada Era Artificial Intelligence** ” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat dampak dan potensi yang cukup besar Pada Era Artificial Intelligence bagi profesi PR, serta dampak yang lebih luas pada penerapan manajemen komunikasi dan teknologi informasi bagi profesi PR. Dengan adanya teknologi big data dan AI, terdapat berbagai pandangan yang terpolarisasi tentang masa depan PR dan pentingnya peran PR. Apalagi dengan budaya dan model komunikasi serta kebiasaan - kebiasaan dari aktivitas PR di Indonesia, tentu memberi harapan-harapan dan keyakinan bahwa PR tidak akan pernah benar-benar mati. Peran PR baru yang dapat bertahan adalah yang mampu memanfaatkan dan mengoptimalkan teknologi dengan sentuhan pribadinya, sekaligus menampilkan peran strategis dan kreatif. Riset ini juga menganalisis pekerjaan yang terkait dengan PR yang dapat digantikan oleh perkembangan teknologi big data dan AI. Metode Penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif dengan studi literatur dan wawancara pada organisasi profesi

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Forum Humas BUMN dan Perhumas Indonesia. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa teknologi artificial intelligence yang merevolusi dunia PR, aspek manusia masih akan tetap diperlukan. Serangkaian tugas rutin PR memang dapat digantikan dengan AI, namun dengan munculnya perangkat-perangkat baru PR mendorong para praktisi PR untuk mempelajari lebih awal dan menguji setiap perangkat baru tersebut sesuai dengan kebutuhan. Adapun Perbedaan penelitian terdapat pada objek penelitian dan Teknik pengumpulan data.<sup>18</sup>

2. Penelitian ini dilakukan oleh Pijar Suciati, Mareta Maulidiyanti, dan Ngurah Rangga Wiwesa (2021). Dengan judul “ **The Public Relations Acceptance Towards Press Release Application with Artificial Intelligence** ”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan PR Bot, alat yang membantu PR membuat siaran pers instan menggunakan AI (pembelajaran mesin). Sebelum itu perlu mengetahui apakah praktisi PR akan menerima teknologi ini atau tidak. Dengan melakukan metode penelitian deskriptif, menggunakan wawancara dan survei polling, convenience sampling di antara para profesional PR di wilayah Jabodetabek. Adapun perbedaan penelitian terdapat pada objek dan metode analisis data.<sup>19</sup>
3. Penelitian ini dilakukan oleh Dr. N. Nurlaela Arief, MBA. Dengan judul “**Public Relations in the era of artificial intelligence bagaimana big data al merevolusi dunia PR**” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kehadiran Teknologi big data dan artificial intelligence (AI) terhadap kinerja public relations. Penelitian ini

<sup>18</sup> N. Nurlaela Arief and M.Arkan Ariel Saputra, “Kompetensi Baru Public Relations (PR) Pada Era Artificial Intelligence: Case Study Praktisi PR di Indonesia,” *Jurnal Sistem Cerdas* 2, no. 1 (April 30, 2019): 1–12, <https://doi.org/10.37396/jsc.v2i1.19>.

<sup>19</sup> Pijar Suciati, Mareta Maulidiyanti, and Ngurah Rangga Wiwesa, “The Public Relations Acceptance Towards Press Release Application with Artificial Intelligence,” *Communicare : Journal of Communication Studies* 8, no. 1 (June 30, 2021): 20, <https://doi.org/10.37535/101008120212>.



menggunakan metode kualitatif deskriptif . Adapun Perbedaan penelitian terdapat pada subjek penelitian.<sup>20</sup>

4. Penelitian ini dilakukan oleh Susilawati, Muminto Arief, Catur Priyadi, dan Widyarini Ridwan (2022). Dengan judul “ **Penguatan Peran dan Fungsi Public Relation Dalam Era New Digital** ”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penguatan peran dan fungsi Public Relations di era new digital. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kepustakaan. Metode pengumpulan data yang digunakan yakni metode dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan kajian kepustakaan dan dokumentasi. Hasil kajian menunjukkan bahwa untuk mempertahankan dan mengembangkan eksistensinya, Public Relation perlu mensikapinya dengan peningkatan keahlian digital, pendayagunaan artificial intelligence dan kemampuan mensintesa dalam memproduksi, menyebarluaskan dan memonitor efektivitas informasi sintesa yang dihasilkannya dalam merubah perilaku masyarakat. Diperlukan pula peningkatan soliditas dan kolaborasi dengan berbagai pihak, untuk meningkatkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif Public Relation dalam dunia yang semakin dinamis. Adapun Perbedaan penelitian terdapat pada Teknik analisis data.<sup>21</sup>
5. Penelitian ini dilakukan oleh Chris Galloway, dan Lukasz Swiatek (2018) . Dengan judul “**Public relations and artificial intelligence: It’s not (just) about robots**”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji topik yang relatif baru yang telah menerima sedikit perhatian ilmiah: semakin meningkatnya hubungan antara Ai dan hubungan masyarakat. Ini menguraikan beberapa peran kunci yang dapat dimainkan AI di masa

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

<sup>20</sup> MBA; Dr. N. Nurlaela Arief, *Public Relations in the era of artificial intelligence bagaimana big data al merevolusi dunia PR* (Simbiosis Rekatama Media, 2019).

<sup>21</sup> Muminto Arief, Catur Priyadi, and Widyarini Ridwan, “Penguatan Peran dan Fungsi Public Relation Dalam Era New Digital” 2, no. 1 (2022).

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

depan, berdasarkan tren di industri lain, dan mempertimbangkan implikasi bagi praktisi hubungan masyarakat, klien dan majikan mereka. Inirefore meluncurkan dialog tentang keragaman dan luasnya Ai's digunakan dalam praktek hubungan masyarakat. Dengan menggunakan metode studi literasi, penelitian ini dikemukakan secara deskriptif kualitatif untuk menganalisis data-data yang berkaitan. Adapun perbedaan pada penelitian ini adalah Medote dalam menganalisis dengan studi literatur.<sup>22</sup>

6. Penelitian ini dilakukan oleh Riza Nur Rizqiyah, Rachmat Kriyantono, dan Anang Sujoko (2021). Dengan judul “ **Manajemen Media Relations Dalam Meningkatkan Citra Positif Dan Reputasi Perusahaan Di Era Artificial Intelligence**”. Tujuan dari penelitian ini adalah Penelitian ini bertujuan untuk mendiskusikan manajemen media relations dalam meningkatkan citra positif perusahaan pada elemen transformasi PR di era 4.0. Dengan menggunakan metode studi literasi, penelitian ini dikemukakan secara deskriptif kualitatif untuk menganalisis data-data yang berkaitan dengan manajemen media relations perusahaan secara mobilisasi dan digitalisasi. Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini adalah peranan AI sangat membantu dan memudahkan dalam pekerjaan PR, terutama dalam kegiatan media relations. Sehingga dalam pengelolaan informasi melalui media sosial ini memerlukan pengelohan content dan media monitoring yang ditujukan sebagai bentuk evaluasi PR dalam kegiatan media relations yang mampu meningkatkan citra positif perusahaan. Adapun perbedaan pada penelitian ini adalah Medote dalam menganalisis dengan studi literatur.<sup>23</sup>

<sup>22</sup> Chris Galloway and Lukasz Swiatek, “Public Relations and Artificial Intelligence: It’s Not (Just) about Robots,” *Public Relations Review* 44, no. 5 (December 2018): 734–40, <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.10.008>.

<sup>23</sup> Riza Nur Rizqiyah, Rachmat Kriyantono, and Anang Sujoko, “Manajemen Media Relations Dalam Meningkatkan Citra Positif Dan Reputasi Perusahaan Di Era Artificial Intelligence,” *Metacommunication: Journal of Communication Studies* 6, no. 1 (March 28, 2021): 53, <https://doi.org/10.20527/mc.v6i1.10135>.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Penelitian ini dilakukan oleh Selamat Zebua, Mulyati, Rasyid Tarmizi (2022). Dengan judul “ **Pengaruh Retail Intelligence Dan Innovation Melibatkan Customer Preference Melalui Customer Experience** ”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan dan menguji secara empiris model hubungan antara retail intelligence dan retail innovation terhadap customer preference dengan variabel antara customer experience, dikarenakan teknologi kini melahirkan kecerdasan-kecerdasan buatan yang baru telah membawa transformasi bisnis ritel terhadap preferensi konsumen. Metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik purposive sampling dengan model structural equation modeling (SEM). Hasil penelitian ini menyatakan bahwa uji t-value pada model struktural menunjukkan retail innovation mampu membangun customer experience dengan baik. Adapun perbedaan pada penelitian ini adalah metode penelitian dan fokus penelitian.<sup>24</sup>
8. Penelitian ini dilakukan oleh Indriani Dewi Resky Ananda, Muh. Iqbal Sultan, dan Sudirman Karnay (2022). Dengan judul “ **Pemanfaatan Big Data Bagi Praktisi Public Relations Pertamina Regional Sulawesi** ”. Tujuan dari penelitian ini adalah bertujuan untuk menganalisis penggunaan big data bagi praktisi humas di Pertamina regional Sulawesi. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan big data bagi praktisi humas di Pertamina regional Sulawesi adalah sebagai berikut; Big data digunakan untuk media monitoring, big data menentukan sentimen perusahaan dan mengidentifikasi pesaing perusahaan, dan berita perusahaan yang mampu big data. Dengan big data ini, praktisi humas di Pertamina regional Sulawesi dapat memanfaatkan teknologi big data

<sup>24</sup> “Pengaruh Retail Intelligence dan Innovation Melibatkan Customer Preference melalui Customer Experience,” *Performance Jurnal Personalia Financial Operasional Marketing dan Sistem Informasi*, January 31, 2022, <https://doi.org/10.32424/1.jp.2022.29.1.4985>.



untuk pekerjaan yang lebih cepat dan mudah. Adapun perbedaan pada penelitian ini adalah objek penelitian.<sup>25</sup>

9. Penelitian ini dilakukan oleh Scott A. Wright, dan Ainslie E. Schultz (2018). Dengan judul **“The rising tide of artificial intelligence and business automation: Developing an ethical framework”**. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengundang perusahaan, pembuat kebijakan, dan peneliti untuk mempertimbangkan implikasi etis dari otomatisasi bisnis dan kecerdasan buatan saat mendekati perkembangan ini dan berpotensi mengganggu praktik bisnis. Adapun perbedaan pada penelitian ini fokus dan objek penelitian.<sup>26</sup>
10. Penelitian ini dilakukan oleh Assyari Abdullah (2020). Dengan judul **“Public Relations in The Era of Artificial Intelligence: Peluang atau Ancaman”**. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh era revolusi industri 4.0 bagi kehumasan apakah merupakan peluang dan kesempatan bagi pelaku kehumasan untuk berpikir progresif dan bertransformasi, serta meningkatkan kompetensi dalam teknologi digital, atau kedatangan AI dan Big Data menjadi ancaman bagi keberlangsungan propesi humas yang dikelola oleh manusia. Dengan Menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Peran PR pada entry-level yang diprediksi menghilang dan akan tergantikan oleh teknologi Artificial Intelligence dan Big Data. Adapun perbedaan pada penelitian ini fokus dan objek penelitian .<sup>27</sup>

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



<sup>25</sup> Indriani Dewi Resky Ananda, Muh. Iqbal Sultan, and Sudirman Karnay, “Pemanfaatan Big Data Bagi Praktisi Public Relations Pertamina Regional Sulawesi,” *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 5, no. 11 (November 1, 2022): 4803–6, <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i11.1074>.

<sup>26</sup> Scott A. Wright and Ainslie E. Schultz, “The Rising Tide of Artificial Intelligence and Business Automation: Developing an Ethical Framework,” *Business Horizons* 61, no. 6 (November 2018): 823–32, <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.07.001>.

<sup>27</sup> Assyari Abdullah, “Public Relations in The Era of Artificial Intelligence: Peluang atau Ancaman?,” *ARISTO* 8, no. 2 (May 31, 2020): 406, <https://doi.org/10.24269/ars.v8i2.2629>.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## B. Landasan Teori

Landasan teori adalah sebagai pernyataan yang disusun secara sistematis dan memiliki variabel yang kuat. Landasan teori secara isi memuat teori-teori dan hasil penelitian, dimana teori dan hasil penelitian yang digunakan ini digunakan sebagai kerangka teori peneliti untuk menyelesaikan penelitian.

### 1. Implementasi

Pengertian Implementasi adalah merupakan salah satu tahap dalam proses kebijakan publik. Biasanya implementasi dilaksanakan setelah sebuah kebijakan dirumuskan dengan tujuan yang jelas implementasi adalah suatu rangkaian aktivitas dalam rangka menghantar kan kebijakan kepada masyarakat sehingga kebijakan tersebut dapat membawa hasil sebagaimana yang diharapkan.<sup>28</sup>

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Implementasi yaitu pelaksanaan atau penerapan. Sedangkan pengertian umum adalah suatu Tindakan atau pelaksana rencana yang telah disusun secara cermat dan rinci (matang).

Pengertian implementasi menurut Nurdin Usman dalam bukunya yang berjudul Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum menjelaskan mengenai implementasi sebagai berikut: “Implementasi adalah bermuara pada aktivitas, aksi, tindakan, atau adanya mekanisme suatu sistem. Implementasi bukan sekedar aktivitas, tetapi suatu kegiatan yang terencana dan untuk mencapai tujuan kegiatan”.<sup>29</sup>

Pengertian implementasi yang dikemukakan oleh Solichin Abdul Wahab dalam bukunya yang berjudul analisis kebijakan, bahwa Implementasi adalah tindakan- tindakan yang dilakukan baik oleh individu ataupun pejabat-pejabat atau kelompok- kelompok pemerintahan atau swasta yang diarahkan pada tercapainya tujuan-tujuan yang telah digariskan.<sup>30</sup>

<sup>28</sup> Afan Gaffar, “Otonomi Daerah Daerah Dalam Negeri,” n.d., h.295.

<sup>29</sup> Nurdin Usman, “Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum.”

<sup>30</sup> Solichin Abdul Wahab, “Pengantar Analisis Kebijakan Publik,” n.d., h.65.

Kamus Webster, merumuskan secara pendek bahwa to implement (mengimplementasikan) berarti to provide the means for carrying out (menyediakan sarana untuk melaksanakan sesuatu), to give practical effect to (menimbulkan dampak atau akibat terhadap sesuatu). Pengertian tersebut mempunyai arti bahwa untuk mengimplementasikan sesuatu harus disertai sarana yang mendukung yang nantinya akan menimbulkan dampak atau akibat terhadap sesuatu itu. Adapun Tahap-tahap Implementasi sebagai berikut :

1. Menerapkan rencana implementasi maksud rencana implementasi disini ialah mengatur biaya dan waktu yang paling utama untuk menuju pelaksanaan sesungguhnya.
  2. Penerapan kegiatan. adalah proses berjalannya rencana yang sudah disepakati.
  3. Evaluasi, yaitu menindaklanjuti dan memperbaiki suatu kegiatan yang telah direncanakan dan diterapkan, apakah sesuai dengan tujuan yang dicapai atau belum.
2. *Artificial Intelligence*

Kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence* (AI) merupakan bidang ilmu komputer yang mencakup cara manusia mengetahui, memahami, memprediksi dan melakukan manipulasi terhadap hal-hal yang lebih besar dan lebih rumit dari yang pernah ada . Secara bahasa kata Intelligence berasal dari bahasa Latin intelligo yang berarti “saya paham”. Jadi dasari dari intelligence adalah kemampuan memahami dan melakukan aksi. Sedangkan dalam bahasa lain Kecerdasan buatan berasal dari Bahasa Inggris dari kata Artificial yang berarti Sesuatu yang dibuat atau diproduksi oleh manusia yang terjadi secara alami, khususnya buatan tiruan sesuatu yang alami. Sedangkan kata

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Intelligence yang berarti kemampuan untuk memperoleh dan menerapkan pengetahuan dan keterampilan.<sup>31</sup>

1. Menurut beberapa ahli kecerdasan buatan didefinisikan sebagai berikut :<sup>32</sup> Menurut H.A.Simon, “Kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) merupakan kawasan penelitian, aplikasi dan instruksi yang terkait dengan pemrograman komputer untuk melakukan hal yang dalam pandangan manusia adalah cerdas”.
2. Menurut Rich and knight, “Kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) merupakan sebuah studi tentang bagaimana membuat computer melakukan hal-hal yang pada saat ini dapat dilakukan lebih baik oleh manusia”.<sup>33</sup>
3. Menurut John McCarthy, Kecerdasan buatan adalah usaha memodelkan proses berpikir manusia dan mendesain mesin agar dapat meniru perilaku manusia.
4. Menurut Schalkoff, AI adalah bidang studi yang berusaha menerangkan dan meniru perilaku kecerdasan dalam bentuk proses komputasi.
5. Menurut Luger dan Stubblefield adalah cabang ilmu komputer yang berhubungan dengan otomatisasi perilaku yang cerdas.
6. Menurut Haag dan Keel, AI adalah bidang studi yang berhubungan dengan penangkapan, pemodelan, dan penyimpanan kecerdasan manusia dalam sebuah sistem teknologi sehingga sistem tersebut dapat memfasilitasi proses pengambilan keputusan yang biasanya dilakukan oleh manusia.
7. Menurut Kristianto, Kecerdasan buatan merupakan bagian dari ilmu pengetahuan komputer yang khusus ditujukan dalam perancangan otomatisasi tingkah laku cerdas dalam sistem kecerdasan komputer.

<sup>31</sup> *English Oxford Living Dictionaries*, 2018.

<sup>32</sup> Kusriani, *Sistem Pakar, Teori Dan Aplikasi*, 2006.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

8. Menurut Gaskin, Kecerdasan buatan adalah kecerdasan yang ditunjukkan oleh suatu entitas buatan. Kecerdasan diciptakan dan dimasukkan ke dalam suatu mesin (komputer) agar dapat melakukan pekerjaan seperti yang dapat dilakukan manusia.
9. Menurut Kusumadewi, Kecerdasan buatan merupakan studi bagaimana membuat agar komputer dapat melakukan sesuatu sebaik yang dilakukan manusia.

Namun jika dilihat dari berbagai sudut pandang, maka maksud dari Kecerdasan buatan dilihat adalah sebagai berikut :

1. Sudut pandang Kecerdasan (*Intelligence*)  
Kecerdasan buatan adalah bagaimana membuat mesin yang “cerdas” dan dapat melakukan hal-hal yang sebelumnya dapat dilakukan oleh manusia.
2. Sudut pandang Penelitian  
Adalah studi bagaimana membuat agar komputer dapat melakukan sesuatu sebaik yang dilakukan oleh manusia.

Secara umum, AI adalah teknik dan ilmu untuk membuat suatu mesin menjadi cerdas, terutama untuk program komputer. Kecerdasan yang dimaksud adalah kecerdasan seperti yang dimiliki manusia, sehingga sebuah komputer dapat mengambil tindakan untuk menyelesaikan masalah kompleks sekalipun dengan pemikiran seperti seorang manusia. Supaya komputer dapat bertindak seperti atau serupa dengan manusia, maka komputer harus diberi bekal pengetahuan melalui proses pelatihan (*training*), dan mempunyai kemampuan untuk menalar.<sup>34</sup>

Kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*) sering disingkat AI merupakan studi tentang bagaimana membuat komputer dapat melakukan hal yang pada saat itu lebih baik dilakukan oleh manusia. Pada Artificial

<sup>34</sup> Seprianus Kiding S.B, “Penggunaan Artificial Intelligence Dalam Dunia Pendidikan, Antara Manfaat Dan Kontroversinya,” 2017.

Intelligence, komputer dirancang untuk menjadi cerdas dan pintar sehingga dapat melakukan pekerjaan seperti dan sebaik yang dilakukan oleh manusia dengan menirukan beberapa fungsi otak manusia, seperti pengertian bahasa, pengetahuan, pemikiran, penalaran, pemecahan masalah, bahkan sampai pada pengambilan keputusan.<sup>35</sup>

Teknologi AI adalah salah satu bentuk kemajuan yang sangat pesat dari perkembangan IPTEKS di dunia. Teknologi AI masih sangat luas cakupannya sehingga pemanfaatannya juga bermacam-macam di berbagai bidang. Dunia pendidikan adalah salah satu bidang yang dapat mengadopsi adanya teknologi AI. Beberapa pendapat dikemukakan oleh para ahli tentang teknologi AI. AI sebagai suatu sistem komputer yang dirancang untuk berinteraksi dengan dunia melalui kemampuan-kemampuan tertentu dan perilaku intelijen yang kita sadari seperti manusia pada umumnya.<sup>36</sup> Hal tersebut dikuatkan bahwa Artificial Intelligence merupakan teori yang mendasari tentang mekanisme suatu kecerdasan serta metode empirik untuk membangun dan menguji kemungkinan-kemungkinan model dalam mendukung suatu teori. *Artificial intelligence* adalah cara agar komputer mampu melakukan serangkaian tes berpikir yang dimiliki oleh manusia dan hewan.<sup>37</sup>

Berdasarkan beberapa penjelasan *Artificial intelligence* diatas , jika mengkonseptualisasikan AI dalam konteks PR adalah sebagai Teknologi yang menunjukkan kognitif humanoid. Kemampuan dan menjalankan fungsi humanoid dalam melakukan aktivitas kehumasan, secara mandiri atau bersama-sama dengan praktisi kehumasan. AI tidak sertamerta dapat menggantikan peran manusia dalam industri, tetapi peran AI sebagai pendukung kinerja SDM, oleh karena itu perlunya pengemb

<sup>35</sup> Ririen Kusumawati, "Kecerdasan Buatan Manusia: Artificial Intelligence," *Ulul Albab* 9, no. 2 (2008).

<sup>36</sup> "7 R. Luckin M. Griffiths, B.L.Forcier W. Holmes, *Intelligence Unleashed. An Argument for AI in Education* (London: Pearson), 2016.

<sup>37</sup> "8 I.Millington J. Funge, *Artificial Intelligence for Games. (2nd Ed.)* (Burlington: Elsevier), 2009.

kopetensi oleh SDM yaitu kompetensi yang tidak dapat dilakukan oleh AI. Salah satunya yaitu meningkatkan soft skill SDM.<sup>38</sup>

### 3. Sejarah dan Awal Perkembangan *Artificial intelligence* (AI)

Kecerdasan Buatan (*artificial intelligence*) merupakan inovasi baru di bidang ilmu pengetahuan. Mulai ada sejak muncul komputer modern, yakni pada 1940 dan 1950. Para ilmu melihat adanya kemampuan mesin elektronika baru menyimpan sejumlah besar info, memproses dengan kecepatan sangat tinggi menandingi kemampuan manusia. Ilmu pengetahuan komputer ini khusus ditujukan dalam perancangan otomatisasi tingkah laku cerdas dalam sistem kecerdasan komputer.

Pada awalnya, kecerdasan buatan hanya ada di universitas dan laboratorium penelitian, serta hanya sedikit produk yang dihasilkan dan dikembangkan. Menjelang akhir 1970-an dan 1980-an, mulai dikembangkan secara penuh dan hasilnya berangsur-angsur dipublikasikan di khalayak umum. Permasalahan di dalam kecerdasan buatan akan selalu bertambah dan berkembang seiring dengan laju perkembangan zaman menuju arah globalisasi dalam setiap aspek kehidupan manusia, yang membawa persoalan-persoalan yang semakin beragam pula. Program kecerdasan buatan lebih sederhana dalam pengoperasiannya, sehingga banyak membantu pemakai. Program konvensional dijalankan secara prosedural dan kaku, rangkaian tahap solusinya sudah didefinisikan secara tepat oleh pemrogramnya. Sebaliknya, pada program kecerdasan buatan untuk mendapatkan solusi yang memuaskan dilakukan pendekatan trial and error, mirip seperti apa yang dilakukan oleh manusia. Berikut sejarah AI mulai dikenal serta digunakan :<sup>39</sup>

<sup>38</sup> raka Yusuf, Harni Kusniyati, And Yurike Nuramelia, “Aplikasi Diagnosis Gangguan Kecemasan Menggunakan Metode Forward Chaining Berbasis Web Dengan Php Dan,” *Jurnal Sistem Informasi*, 2016.

<sup>39</sup> “AI-for-Beginner-Prof.-Dr.-Widodo-Budiharto.2012,” .





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Pada tahun 1997, IBM Deep Blue mengalahkan juara catur dunia Garry Kasparov dan menjadi komputer pertama yang mengalahkan juara catur dunia.
- b. Pada tahun 2002 adalah Untuk pertama kalinya AI diintegrasikan dalam vacuum cleaner yang bernama Roomba.
- c. Pada tahun 2006 barulah AI memasuki dunia bisnis di beberapa perusahaan seperti Facebook, Twitter, dan Netflix juga mulai menggunakan AI.
- d. Pada tahun 2011, AI Watson buatan IBM memenangkan sebuah acara kuis Jeopardy, dimana ia harus memecahkan pertanyaan dan teka-teki kompleks. Watson telah membuktikan bahwa ia dapat memahami bahasa alami dan dapat memecahkan pertanyaan rumit dengan cepat.
- e. Pada Tahun 2012, Google meluncurkan fitur aplikasi Android “Google Now”, yang mampu memberikan informasi kepada pengguna sebagai prediksi.
- f. Pada tahun 2014, munculnya fitur Chatbot “Eugene Goostman” memenangkan kompetisi terkenal yaitu Turing Test.
- g. Pada Tahun 2018, AI Project Debater dari IBM berdebat tentang topik yang kompleks dengan dua pendebat master dan juga tampil sangat baik.
- h. Dan perusahaan Google mendemonstrasikan salah satu program AI “Duplex” yang merupakan asisten virtual yang dapat mengatur pertemuan dengan tata rias, dan wanita yang menggunakan Duplex itu tidak sadar bahwa ia sedang berbicara dengan AI.

Hingga saat ini AI telah dikembangkan ke dalam tingkat yang luar biasa. Dengan adanya konsep dari Deep Learning, Big Data, dan Data Science menjadi tren yang sedang booming. Saat ini perusahaan seperti Google, Facebook, IBM, dan Amazon bekerja dengan AI dan membuat perangkat teknologi yang luar biasa.<sup>40</sup>

<sup>40</sup> “Edi Wijaya, —Analisis Penggunaan Algoritma Breadth First Search Dalam Konsep Artificial Intellegencia,| Jurnal TIME 2, No. 2 : 18–26.” 2013.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### 4. Urgensi *Artificial Intelligence* (AI)

Urgensi adalah sebuah keharusan yang mendesak. Dari pengertian ini dapat dikatakan bahwa urgensi merupakan keadaan dimana kita harus mementingkan suatu hal yang benar-benar membutuhkan untuk segera ditindak lanjuti. Berdasarkan pengertian di atas, urgensi merupakan sebuah tingkat kepentingan dan kebutuhan yang dipilih dan didahulukan. Sehingga ketika menentukan sebuah keputusan dan pilihan kita harus mampu memilih kebutuhan yang sangat urgen dan mendahulukan pemenuhannya diantara kebutuhan atau kegiatan lainnya.<sup>41</sup>

Adapun kepentingan penggunaan AI adalah untuk memudahkan komunikasi atau pertukaran informasi dalam memenuhi kebutuhan masing-masing aktivitas seseorang. Merujuk kepada pengertian AI atau kecerdasan buatan sebagai suatu program komputasi yang dapat membuat mesin bekerja menyerupai kecerdasan manusia dan penggunaannya secara daring yang dapat menciptakan lebih banyak efisiensi berkaitan dengan proses pengambilan keputusan, serta mencegah terjadinya kejahatan siber melalui pendekatan proaktif.<sup>42</sup>

*Artificial Intelligence* (AI) memiliki beberapa kelebihan dibandingkan kecerdasan alami (manusia), kelebihan tersebut adalah:

1. AI lebih bersifat permanen dibandingkan dengan kecerdasan Manusia
2. AI menawarkan kemudahan untuk digandakan dan disebarluaskan
3. AI dapat lebih murah dari pada kecerdasan alami dalam Operasional kerja
4. AI lebih bersifat konsisten dan teliti sedangkan Manusia sering keliru dan pelupa
5. AI dapat didokumentasikan. Sedangkan pemikiran Manusia sering berubah.

<sup>41</sup> “Ernawati, Berhenti Sesaat Untuk Melesat, (Yogyakarta: Budi Utama), 133.,” 2021.

<sup>42</sup> “Abdullah Zahrani, Adel A. Marghalani, ‘How Artificial Intelligent Transform Business’, Research Paper Artificial Intelligence on Business, Saudi Aramco Information Technology, Hlm. 5,” 2018.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berikut Aplikasi Kecerdasan Buatan (AI) yang telah banyak digunakan dalam berbagai aspek. Seperti membuat aplikasi komputer yang memudahkan pemakai, meningkatkan kemampuan *problem solving* secara cepat dan konsisten, membantu menyelesaikan masalah yang tidak dapat diselesaikan secara konvensional, menangani informasi yang berlebihan dengan cara merangkum dan menginterpretasi informasi dan membantu melaksanakan pencarian data atau suatu pola berdasarkan jumlah data yang sangat besar.<sup>43</sup>

### Penggunaan AI Dalam Perbankan

Dalam area perbankan, AI akan dapat menentukan kebutuhan nasabah dengan cepat dan efisien. Mesin akan menganalisis dari keputusan nasabah yang pernah diambil dan kondisi keuangan serta pasar saat ini untuk menentukan produk perbankan mana yang cocok bagi mereka. Dengan begitu, bank dapat memetakan nasabah-nasabah yang perlu dihubungi untuk ditawarkan produk.

Kegunaan *Artificial Intelligence* (AI) di industri keuangan membuktikan bahwa kecanggihan komputer dapat membantu kinerja manusia untuk mengatasi masalah-masalah yang berhubungan dengan data yang masif, apalagi saat ini dunia keuangan semakin maju. Sudah banyak penggunaan aplikasi perbankan digital yang pastinya memerlukan lebih banyak proteksi dengan kecerdasan buatan.<sup>44</sup>

#### 1. Membangun *Digital backbone* yang aman dan cepat

AI memerlukan data dalam jumlah yang besar dan kualitas yang baik untuk dapat berfungsi secara tepat, melakukan analisis dan membuat keputusan yang benar. Data dalam jumlah besar ini dapat memanfaatkan *Enterprise Data Warehouse* (EDWH) ataupun big data yang sudah dimiliki oleh bank.

<sup>43</sup> syafnidawaty, "Kecerdasan Buatan," *Universitas Raharja*, November 27, 2020.

<sup>44</sup> "Kegunaan Artificial Intelligence Di Industri Keuangan," *DTI* (blog), August 1, 2022, <https://digitaltransformation.co.id/kegunaan-artificial-intelligence-di-industri-finansial/>.



## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Mentransformasi sumber daya manusia

AI difungsikan untuk melakukan pekerjaan yang repetitif dan "low value" yang berhubungan dengan regulasi dan peraturan perundangan. Namun AI tidak menggantikan peran manusia. AI merupakan komplemen manusia. Manusia difungsikan untuk pekerjaan yang membutuhkan kemampuan analisis yang lebih kompleks yang tidak dapat ditangani oleh AI. Namun demikian perbankan perlu meningkatkan kemampuan sumber dayanya, karyawan perlu diberikan pelatihan yang tepat terkait dengan pemanfaatan AI dalam pekerjaan sehari-hari mereka.

## 3. Mematuhi peraturan perundangan privasi dan keamanan

Terkait dengan data maka menghargai privasi nasabah namun tetap mempertahankan standar keamanan yang tinggi merupakan hal yang sangat penting. AI mempergunakan jumlah data nasabah yang besar untuk "mempelajari" (atau *learn*) dan melakukan tugasnya. Namun demikian pemanfaatan data ini perlu mengikuti peraturan yang sudah ditetapkan secara nasional oleh Bank Indonesia atau Otoritas Jasa Keuangan. Pemanfaatan data ini harus disertai dengan perlindungan terhadap keamanan data nasabah untuk meminimalkan resiko yang mungkin ditimbulkan oleh pemanfaatan data oleh AI.

## 4. Tetap berhubungan secara langsung dengan nasabah

AI membantu *customer service* perbankan untuk berinteraksi dengan nasabah untuk kebutuhan-kebutuhan seperti memperkirakan hal-hal yang akan terjadi di masa mendatang atau memberikan rekomendasi personal kepada nasabah. AI juga dimanfaatkan untuk menyelesaikan persoalan-persoalan secara cepat dan efisien. Namun AI tidak mempunyai kemampuan emosional dan empathy, dimana hal ini merupakan bagian yang sangat penting dari *Customer Service*. Sehingga perbankan perlu menyeimbangkan





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

AI dengan manusia sehingga bisnis tetap bisa berhubungan dengan nasabah dalam konteks hubungan manusia.<sup>45</sup>

## 6. *Public Relations*

*Public Relations* (PR) istilah yang tak asing didengar. Dalam perkembangannya, sejarah PR bisa dikatakan sama tuanya dengan keberadaan masyarakat itu sendiri. Sejarah perkembangan PR dimulai sejak abad ke-15, tapi baru berkembang dengan pesat pada abad 19 atau awal abad 20. Dan Para pakar Hubungan Masyarakat (humas) di Indonesia seperti Alwi Dahlam dan W. Noeradi sepakat bahwa praktek PR atau humas di Indonesia sama usianya dengan usia Republik Indonesia. Mengumumkan kemerdekaan merupakan kegiatan PR yang bertujuan untuk memperkenalkan Indonesia sebagai negara yang baru merdeka dan juga untuk mendapatkan pengakuan internasional. Tentu sebenarnya praktek PR sendiri sudah dilakukan sejak zaman kerajaan-kerajaan yang ada di Indonesia dan juga sebelum kemerdekaan di umumkan, tapi praktek ini tidak disebut kegiatan PR tapi lebih ke kampanye informasi.<sup>46</sup>

Kemudian didirikannya PERHUMAS (Perhimpunan Hubungan Masyarakat Indonesia) pada 15 Desember 1972, yang merupakan tonggak penting dalam perkembangan PR dan berdiri nya organisasi profesi PR di Indonesia. Para pendiri yang berasal dari Caltex, Stanvac, Pertamina, Kepolisian RI, DKI, Departemen Dalam Negeri, Shell, Good Year, ABRI, Departemen Luar Negeri, dan HI menggambarkan keberagaman dan visioner nya para pendiri terhadap peran PR dimasa depan, dan sebagai usaha untuk meningkatkan profesionalisme para praktisi PR. Seiring berjalannya waktu pada tahun 2000 an adalah evolusi PR terjadi dengan drastis akibat dimulainya era PR digital dengan munculnya teknologi komunikasi yang masif

<sup>45</sup> [teknologibank.com](http://teknologibank.com), “Artificial Intelligence untuk Perbankan - TeknologiBank.com,” [TeknologiBank.com](http://teknologibank.com/detailpost/artificial-intelligence-untuk-perbankan), accessed March 3, 2023, <http://teknologibank.com/detailpost/artificial-intelligence-untuk-perbankan>.

<sup>46</sup> “Adminidpr, —Sejarah Ringkas Public Relations Di Indonesia | Indonesia Pr, Diakses 3 Februari 2021, [https://Indonesiapr.Id/Sejarah-Ringkas-Public-Relations-Di-Indonesia/.](https://Indonesiapr.Id/Sejarah-Ringkas-Public-Relations-Di-Indonesia/)”

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan *platform digital online* dan sosial media. Pada tahun 2013 berdiri lah Lembaga Sertifikasi Profesi Public Relations Indonesia (LSP PRI) yang merupakan LSP pertama bidang PR dan memperoleh lisensi dari Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP) pada awal tahun 2014. Sejak itu istilah kompetensi dan sertifikasi mulai dikenal dan akrab dengan dunia PR.<sup>47</sup>

*Public Relations* menjadi ikon terpenting di era industri digitalisasi yang berperan sebagai mediator komunikasi atau media penghubung pesan. Revolusi komunikasi berbasis digital menyebabkan peran humas menjadi sangat penting saat ini. Di era yang modern saat ini, setiap orang dituntut agar dapat terus melakukan komunikasi untuk dapat mengupdate informasi. kemunculan internet dan teknologi menjadi awal masuknya zaman revolusi digital. Perkembangan Public Relations (PR), baik sebagai ilmu maupun profesi, tidak bisa terlepas dari perkembangan teknologi komunikasi. Pengaruh teknologi komunikasi terhadap PR bisa berbentuk hanya sebagai media PR atau menjadikan sebuah kegiatan PR yang memiliki perspektif baru, sehingga memunculkan istilah cyber PR. Net PR, dan nama lain bentuk kegiatan atau bidang kajian PR dalam dunia cyber (dunia maya).<sup>48</sup>

Public relation dalam “*The statement of Mexico*” yaitu defenisi dari wakil - wakil Public relation dari negara-negara barat pada bulan Agustus 1978 yang berbunyi: “Praktek *Public relation* adalah seni dan ilmu pengetahuan sosial untuk menganalisis kecendrungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, menasehati para pemimpin organisasi dan melaksanakan program-program yang berencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani baik kepentingan organisasi maupun kepentingan umum.

<sup>47</sup> “Sejarah Public Relations Di Indonesia,” *LspPri.Or.Id* (Blog), January 24, 2022, <https://LspPri.Or.Id/2022/01/24/Sejarah-Public-Relations-Di-Indonesia/>.

<sup>48</sup> Arini Ulfa Satira and Rossa Hidriani, “Peran Penting Public Relations Di Era Digital” 1 (2021).

Sedangkan menurut Keith Butterick bahwa *Public Relations* adalah tentang reputasi dimana kegiatan ini merupakan usaha yang terencana berkesinambungan untuk membangun dan mempertahankan niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dan publiknya. Defenisi Public Relations menurut Onggo adalah kegiatan komunikasi dua arah secara timbal balik antara suatu organisasi dengan publiknya atau khalayaknya, hal ini juga dilandasi dengan asas saling pengertian dan saling mempercayai.<sup>49</sup>

Dan menurut buku “Managemen Public Relations: Strategi menjadi Humas profesional” menjelaskan beragam defenisi Humas (PR) yang “pada awalnya dipandang sebagai kegiatan persuasi satu arah yang terus bertahan hingga usai perang dunia II. Beberapa dekade kemudian mulai mengalami perubahan. Defenisi mengenai humas mulai memasukkan aspek komunikasi atau hubungan dua arah (*Two way communications*). Defenisi mengenai humas keudian memasukkan kata-kata seperti reciprocal (timbal balik), mutual (saling) dan between (antara)”. Defenisi humas mulai menghilangkan aspek satu arah yang memaksa. Humas mementingkan aspek kepandaian dalam menjalin komunikasi, interaksi, sosialisasi dan relationship. Untuk terciptanya kerjasama kedua belah pihak yang menguntungkan organisasi, tentu diperlukan perlakuan dan pelayanan prima terhadap kolega, klien maupun publik organisasi sehingga meninggalkan kesan positif sehingga berpengaruh terhadap citra, reputasi, eksistensi serta nama baik perusahaan tersebut.

Menurut F. Rachmadi dalam bukunya *Public Relations dalam Teori dan Praktek*, meyebutkan secara struktural PR bagian integral dari suatu lembaga atau perusahaan. Salah satu fungsi dari manajemen modern. Public Relations menyelenggarakan komunikasi timbal balik antara organisasi/lembaga dengan publiknya untuk menciptakan saling pengertian (*public understanding*) dan dukungan (*public support*) bagi terciptanya tujuan,

<sup>49</sup> “Dasrun Hidayat, *Pengantar Public Relation* (Jakarta: Raja Grafindo),” 2014.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kebijakan dan langkah serta tindakan lembaga/organisasi itu. Semua itu ditujukan untuk mengembangkan pengertian dan kemauan baik (goodwill) publiknya serta untuk memperoleh opini publik yang menguntungkan atau menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan publik.<sup>50</sup>

Menurut Cutlip & Center, proses suatu *Public Relations* ( PR) sepenuhnya mengacu kepada pendekatan manajerial, proses ini terdiri dari:<sup>51</sup>

- a. Fact Finding adalah mencari dan mengumpulkan fakta/data sebelum melakukan tindakan. Misalnya PR sebelum melakukan kegiatan harus terlebih dahulu mengetahui, misalnya: apa yang diperlukan publik, siapa saja yang termasuk kedalam publik, bagaimana keadaan publik dipandang dari berbagai faktor.
- b. Planning adalah berdasarkan fakta membuat rencana tentang apa yang harus dilakukan dalam menghadapi berbagai masalah itu.
- c. Communicating adalah rencana yang disusun dengan baik sebagai hasil pemikiran yang matang berdasarkan fakta/data tadi, kemudian dikomunikasikan atau dilakukan kegiatan operasional.
- d. Evaluation adalah mengadakan evaluasi tentang suatu kegiatan, apakah tujuan sudah tercapai atau belum. Evaluasi itu dapat dilakukan secara kontinyu. Hasil evaluasi menjadi dasar kegiatan PR berikutnya. Dan proses PR memperlihatkan dengan jelas pelaksanaan tugas PR memperlihatkan dengan jelas pelaksanaan tugas PR bukan semata-mata melakukan aksi, melainkan membutuhkan rencana-rencana dan diikuti langkah-langkah pengendalian melalui proses evaluasi.<sup>52</sup>

<sup>50</sup> SolehSoemirat & Elvinaro Ardianto, Dasar-Dasar Public Relations,h. 89.

<sup>51</sup> Yulinda Erlistyarini, "Pr Online: Studi Tentang Strategi Public Relations Pada Kegiatan Media Online Di Pemerintah Kabupaten Tabalong," *universitas Airlangga*, 2018.

<sup>52</sup> Solehsoemirat & Elvinaro Ardianto, Dasar-Dasar Public Relation,H.90.





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Public relation dalam pengertian method of communication merupakan rangkaian atau sistem kegiatan, yakni kegiatan berkomunikasi secara khas. Dalam pengertian sebagai metode komunikasi terdapat makna bahwa setiap pemimpin dari suatu organisasi bagaimanapun juga kecilnya dapat melaksanakan Public relation, suatu komunikasi yang khas yang mempunyai ciri-ciri dan meliputi aspek-aspek sebagai berikut:

1. Komunikasi yang dilaksanakan berlangsung dua arah secara timbal balik.
2. Kegiatan yang dilakukan terdiri dari penyebaran informasi, pelaksanaan persuasi dan pengkajian opini publik.
3. Tujuan yang dicapai adalah tujuan organisasi itu sendiri.
4. Sasaran yang dituju adalah publik di dalam dan di luar organisasi.
5. Efek yang diharapkan adalah terjadinya hubungan harmonis antara organisasi dengan publik.<sup>53</sup>

Public relations adalah fungsi manajemen yang menilai sikap public, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik. Dari beberapa penjabaran diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa Public relation adalah proses interaksi dengan tujuan menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan bagi kedua belah pihak, menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik, dengan tujuan menanamkan keinginan baik, kepercayaan, saling adanya pengertian, dan citra yang baik .

Adapun peran Public relations sendiri di dalam organisasi menurut Nova Firan ,yaitu:

1. Penasihat ahli Seorang praktisi public relation yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencarikan solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya. Hubungan antara public

<sup>53</sup> Husnan Abrori, "Humas Sebagai Method Of Commucation Dalam Membentuk Image Madrasah," *Al-Tanzim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2, No. 2 (October 30, 2018): 161–66, <https://doi.org/10.33650/Al-Tanzim.V2i2.397>.

relations dengan manajemen organisasi ini ibarat dokter dengan pasiennya, artinya pihak manajemen bertindak pasif untuk menerima atau mempercayai apa yang telah disarankan atau usulan dari public relations tersebut dalam memecahkan dan mengatasi persoalan public relations yang telah dihadapi oleh organisasi yang bersangkutan.

2. Fasilitator komunikasi Dalam hal ini, public relations bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. Public relations harus bisa menjelaskan kembali keinginan dan harapan organisasi kepada pihak publiknya.
3. Fasilitator proses pemecahan masalah Peranan public relations dalam proses pemecahan persoalan merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat hingga mengambil tindakan berupa keputusan dalam mengatasi persoalan yang ada.
4. Member peringatan dini kepada para manajer untuk mengantisipasi setiap kecenderungan Salah satu kewajiban seorang public relation yaitu selalu mengingatkan para manajer dalam melakukan berbagai kegiatannya. Jangan sampai dengan adanya kegiatan menimbulkan permasalahan dimata publik.
5. Menggunakan reset dan teknik-teknik komunikasi sebagai sarana utama Media yang digunakan sebagai sarana komunikasi oleh public relations harus disesuaikan dengan tingkat kebutuhan masyarakat.

## 7. Peran *Public Relations*

Secara umum peran Public Relations itu adalah untuk menciptakan, memelihara, meningkatkan dan memperbaiki citra perusahaan atau organisasi dimata publik yang disesuaikan dengan kondisi-kondisi dari pada publik yang bersangkutan. Dan Public Relations adalah untuk mempengaruhi publiknya,

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

antara lain sejauh mana mereka mengenal dan mengetahui kegiatan lembaga atau instansi yang diwakilinya, yang pada akhirnya menjadi dikenal dan disukai publiknya. Dalam hal ini untuk mencapai tujuannya, seorang Public Relations harus mengembangkan *goodwill* dan memperoleh opini public yang *favourable* atau menciptakan kerja sama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan berbagai publik. Kegiatan Public Relations harus dikerahkan ke dalam (*Internal Public Relations*) dan ke luar (*Eksternal Public Relations*).

Menurut Rosady Ruslan, peran Public Relations adalah sebagai berikut:

1. Menumbuh kembangkan citra perusahaan yang positif untuk publik eksternal atau masyarakat dan konsumen.
2. Mendorong tercapainya saling pengertian antara publik sasaran dengan perusahaan.
3. Mengembangkan sinergi fungsi pemasaran dengan Public Relations
4. Efektif dalam membangun pengenalan merk dan pengetahuan merk
5. Mendukung bauran pemasaran.<sup>54</sup>

Menurut Charles S. Steinberg peran Public Relations adalah menciptakan opini publik yang *favourable* tentang kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh badan yang bersangkutan.<sup>55</sup>

Menurut Indrawati Tamin yang dikutip oleh Lena Satlita (2011), menyatakan bahwa ada empat peran yang dapat dimainkan oleh public relations yaitu:

- a. *Interpreter* yaitu *public relations* berperan sebagai sumbu antara manajemen dengan publik internal maupun eksternal. *Public relations* harus mampu menginterpretasikan dinamika dan kebutuhan serta perilaku publik terhadap manajemen dan sebaliknya. Untuk bisa memikul peran ini,

<sup>54</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi : Konsepsi Dan Aplikasi*, 2007.

<sup>55</sup> Soenarko Setyodarmodjo, *Public Relations; Pengertian, Fungsi, Dan Perannya*.

*public relations* harus mempunyai akses pada manajemen bahkan top manajemen. Peran ini sering disebut juga sebagai fasilitator komunikasi (komunikator/mediator).

- b. *Lubricant* (pelumas atau pelicin) Dalam menciptakan hubungan internal yang harmonis dan efisien seorang *public relations* berperan sebagai pelumas atau pelicin. Peran ini memungkinkan *public relations* mencegah timbulnya kemungkinan perpecahan dalam organisasi melalui komunikasi yang efektif. Misalnya dalam suatu pertemuan/rapat dengan pihak internal organisasi untuk menentukan suatu kebijakan baru perusahaan/organisasi ataupun yang lainnya, seorang *public relation* membantu pimpinan menjelaskan kembali apa yang telah disampaikan pimpinan dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan publik internal pun dapat menafsirkan dengan jelas apa yang dipaparkan oleh seorang *public relation* tanpa menimbulkan permasalahan.
- c. Pemonitoring dan pengevaluasi Seorang *public relation* berperan untuk mengantisipasi setiap perubahan yang mungkin saja berdampak negatif terhadap organisasi. Dalam hal ini, *public relation* haruslah pandai dalam mengawasi setiap tindakan publik (pemonitoring) dan mengevaluasi (pengevaluasi) semua kegiatan yang berhubungan dengan publik. Pada tahapan evaluasi ini dilakukan perbaikan- perbaikan untuk menciptakan hubungan yang harmonis diantara publik suatu organisasi. Misalnya ketika perusahaan/organisasi mengadakan suatu kegiatan yang berhubungan dengan publik, seorang *public relation* harus standby me-monitoring (memantau) kegiatan tersebut dari awal hingga akhir dan setelah kegiatan tersebut selesai dilaksanakan kemudian ikut mengevaluasi terkait kelebihan dan kekurangan dari diadakannya kegiatan tersebut.
- d. Komunikasi Seorang *public relation* harus mampu menggunakan teknik-teknik komunikasi yang efektif kepada publik internal maupun eksternal untuk terciptanya saling pengertian. Dengan begitu semua informasi dapat

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





tersampaikan secara langsung dan dapat diterima dengan baik oleh publik (tidak terjadi prasangka yang buruk).

- e. Menggunakan riset dan teknik-teknik komunikasi sebagai sarana utama. Media yang digunakan sebagai sarana komunikasi oleh public relation harus disesuaikan dengan tingkat kebutuhan masyarakat. Public relation pun harus memiliki pengetahuan tentang bagaimana penggunaan media tersebut beserta teknik-teknik komunikasi. Kemudian menurut Frida Kusumastuti (2002:24), “Peranan petugas humas dapat dibedakan menjadi 2 (dua), yakni peranan manajerial (*communication manager role*) dan peranan teknis (*communication technician role*)”.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa peran Public Relations adalah untuk mengetahui, mengerti, dan mengatasi public opinion yang aktif itu, sehingga citra organisasi tidak terganggu. Terhadap public opinion yang latent pun, Public Relations dapat mengetahui, mengerti dan mengantisipasi, sehingga public opinion tidak akan menggoyahkan keberadaan dan program, serta kegiatankegiatan organisasi, public opinion harus dibentuk menjadi *Favourable public opinion*. Karena tujuan dari Public Relation adalah membentuk *the Favourable public opinion* atau citra (image) di mata masyarakat.<sup>56</sup>

Tanpa adanya public relations suatu perusahaan atau organisasi tidak akan dapat menjaga dan meningkatkan citra perusahaan (organisasi) tersebut. Selain itu juga, agar public relations dapat lebih berhasil menjalankan peranannya, maka petugas public relation perlu mengetahui dan menguasai pengetahuan tentang Public relations dengan berbagai aspeknya. Secara singkat peran public relations dalam perusahaan (organisasi) yaitu untuk membantu menetapkan serta memelihara komunikasi dan membantu dalam penyelesaian pemecahan masalah- masalah manajemen yang telah terjadi.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



<sup>56</sup> Budiman Purba, “Pengaruh Public Relations Terhadap Peningkatan Pengguna Jasa Di Bandara Internasional Kualanamu Kab. Deli Serdang,” *Network Media* 1, No. 1 (June 15, 2020), <https://doi.org/10.46576/Jnm.V1i1.604>.

## 8. Transformasi *Public Relations*

Situasi dan perubahan pada perusahaan turut mendorong bagaimana peran PR saat ini. Revolusi industri juga memberikan pengaruh pada profesi PR sehingga kita tidak bias lagi melakukan aktivitas program PR seperti biasanya. Sejalan dengan revolusi industri, terjadi evolusi pada peran, fungsi, dan tugas PR.<sup>57</sup>

- a. PR 1.0 adalah era dimana professional atau praktisi PR harus menjalankan tugasnya secara tradisional. Inilah era dimana PR harus melakukan 13 monitoring secara manual setiap harinya. Professional atau praktisi PR yang berkarya pada era 1960 – 1970an tentu pernah mengalami hal ini. Media cetak, seperti Koran, majalah, hingga televisi menjadi andalan dan sumber informasi. Selain itu, PR 1.0 menggambarkan bentuk komunikasi satu arah atau vertical dari satu sumber komunikasi terhadap banyak target audiens, atau one to many, sehingga aktivitas PR 1.0 menggambarkan PR sebagai broadcaster.
- b. PR 2.0 adalah era kelahiran media online. PR 2.0 menggambarkan komunikasi yang horizontal, saling berhubungan, komunikasi dari banyak sumber ke banyak audiens, atau many to many, sehingga peran PR sebagai connector. Ciri yang paling kita ingat pada era ini adalah munculnya berbagai media online serta transformasi media cetak beralir pada platform digital.
- c. PR 3.0 adalah era dimana media social menjadi media yang paling banyak digunakan, paling disukai, dan dipercaya oleh public. Pada era ini muncul aktivitas seperti jurnalisme warga (Citizen journalism), jurnalisme perusahaan (corporate journalism), ataupun jurnalisme karyawan (employee Journalism). Semua perubahan signifikan telah teakrjadi. Jika dulu hanya wartawan yang bisa membuat berita, saat ini, siapapun bisa

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

<sup>57</sup> Niken Puspitasari, S.IP., MA, Dr. Diah Ajeng P. S.Sos., M.SI, Febriana Indahsari S.Ikom, dan Tariq Yazid S.Ikom. MA, *Cyber Public Relations Berubah Atau Terlibas* (Adipura books, 2022).

mengunggah berita. Media social facebook, twitter, instagram, youtube, hingga blog menjadi digital platform. PR bukan hanya monitor media offline dan online, melainkan juga media social. Berita baik dan buruk bisa datang kapan pun.

- d. PR 4.0 adalah era dimana artificial intelligence (AI) dan era big data hadir. Dampak dari fenomena ini belum terasa saat ini. Namun, kenyataannya robot sudah mampu menulis artikel di media dan membantu menulis, mencari bahan, serta aktivitas PR lainnya. Berbagai perangkat dapat dimanfaatkan oleh PR yang berfungsi untuk menyimplifikasi tugas PR. Aktivitas seperti penyebaran rilis ke berbagai media, pengelolaan kampanye perusahaan, perangkat untuk mengidentifikasi buzzer, influencer serta pengelolaan data pihak – pihak berkepentingan. Selain itu, pengelolaan platform untuk konten digital, audio, dan video serta pengelolaan data analitik dapat dilakukan dengan teknologi AI.<sup>58</sup>

#### 9. Manfaat *Artificial Intelligence* dalam Aktivitas *Public Relations*

Menurut artikel *How Artificial Intelligence Will Affect PR?*, “*Although artificial intelligence offers benefits to PR, with the potential of 38 removing some of the more timely processes, creative thinking and messaging are aspects that would fundamentally need human input*”. AI akan dapat membuat praktik PR menjadi lebih efisien saat berhadapan dengan angka, pada akhirnya tidak dapat menggantikan kreativitas manusia, yang penting bagi PR. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa AI adalah alat yang terus berkembang yang dapat membantu komunikator, dalam hal ini PR yang mewakili organisasi atau perusahaan dalam banyak tugas sehari-hari memungkinkan PR untuk menempatkan lebih banyak waktu dan energi ke dalam tugas yang lebih berbasis kreativitas.<sup>59</sup>

<sup>58</sup> Ghina Hanifah and M Husein Fahmi, “Transformasi Profesi Public Relations Yayasan Pendidikan Al-Masoem dalam Mempromosikan Pemasaran Perusahaan,” 2018.

<sup>59</sup> Editor, —*Artificial Intelligence Dalam Praktik Public Relation*, | <https://Editor.Id/>, Diakses 11 Februari 2021, <https://Editor.Id/Artificial-Intelligence-Dalam-Praktik-Public-Relation/>, .



Hasil riset dari *Chartered Institute of Public Relations* (CIPR) mengenai pemanfaatan AI dalam PR yang telah menghasilkan klasifikasi perangkat yang berasal dari teknologi AI pada aktivitas PR yang terdiri dari:<sup>60</sup>

#### 1. *Simplification of Task*

Sebagai teknologi AI yang memiliki kemampuan untuk menyederhanakan tugas-tugas dan membantu simplikasi berbagai tugas PR.

#### 2. *Social Listening Social Listening*

Yaitu teknologi AI yang memiliki kemampuan untuk mendengarkan (*social listening*). Teknologi AI berfungsi untuk mengidentifikasi bagaimana pendapat dan persepsi audiens terhadap produk dan layanan. Melalui *social listening* ini, AI mampu untuk menganalisis komentar, mengetahui jangkauan release dan sejauh mana berita (*release*) sampai ke pada khalayak.

#### 3. *Automation of Task*

Yang merupakan teknologi AI yang memiliki kemampuan untuk melakukan otomatisasi berbagai tugas dan pekerjaan PR.

#### 4. *AI for structured*

*AI for structured* data yang merupakan teknologi AI yang memiliki kemampuan *Artificial Intelligence* untuk data terstruktur yang berfungsi untuk merangkum, membuat konten, mengurasi konten, mengidentifikasi tren hingga menghasilkan laporan dan informasi yang komprehensif. Perangkat ini dapat dimanfaatkan untuk mendukung pengambilan keputusan seperti Google Analytics, Traackr, NewsWhip dan Influential.

<sup>60</sup> Assyari Abdullah, "Public Relations in The Era of Artificial Intelligence: Peluang Atau Ancaman?, (T.t.): 406–17," *Jurnal Aristo (Social, Politic, Humaniora)* 08, no. 2 (2020).



## 5. *AI for Unstructured*

*AI for Unstructured* data yang memiliki kemampuan untuk mengelola informasi berdasarkan jenis atau variasi data yang tidak terstruktur. Perangkat ini merupakan inti karakterisasi perangkat yang memiliki kemampuan menyaring data dan memproses sejumlah informasi yang banyak serta memberikan pelayanan komunikasi secara langsung melalui berbagai platform sehingga ini menjadi alasan bahwa diskursus tentang robotisasi dalam pekerjaan profesional PR adalah sangat penting.

## 10. *Mobile Banking ( M- Banking )*

*Mobile banking* merupakan salah satu hasil layanan bank yang banyak diminati oleh para nasabah karena layanan ini membuat nasabah suatu bank mampu melakukan transaksi perbankan serta melihat informasi tentang rekeningnya dengan menggunakan handphone jenis apapun. *Mobile banking* merupakan salah satu hasil pengembangan teknologi mobile yang digunakan dalam domain komersial. *Mobile banking* ini mengkombinasikan teknologi informasi dan aplikasi bisnis secara bersama. Berkat *mobile banking*, nasabah dapat menggunakannya untuk mendapatkan layanan 24 jam sehari tanpa harus mendatangi kantor cabang bank untuk transaksi personal. *Mobile Banking* merupakan layanan relatif baru yang ditawarkan oleh perbankan terhadap pelanggannya dan karena kenyamanannya.

*Mobile banking* merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan perbankan ini dapat diakses langsung melalui jaringan seluler atau handphone GSM (*Global for Mobile Communication*) dengan menggunakan layanan data yang sudah disediakan oleh operator telepon seluler yang digunakan oleh nasabah melalui SMS (*Short*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*Message Service*).<sup>61</sup> Penggunaan layanan *mobile banking* pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu. Dengan adanya layanan *mobile banking* diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank.<sup>62</sup>

Menurut Hutabarat (2010), *Mobile banking* adalah sebuah fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti handphone dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang cash. Selain itu Mattila (2003) menyatakan bahwa *Mobile banking* adalah layanan perbankan melalui saluran via wireless. Dan Hasil penelitian (MARS, 2008) *Mobile banking* adalah bagian dari electronic banking yang menggunakan teknologi mobile phone. Ada dua macam bentuk *Mobile banking*, yaitu *SMS-banking* yang diakses dengan mengirimkan pesan tertulis dan WAP-banking bentuk mobile internet service yang diakses via GPRS (internet connection Mobile banking menjadi pilihan karena mudah digunakan, praktis, lebih aman (berbasis nomor telepon seluler), bersahabat dan nyaman .

*Mobile Banking* menawarkan beberapa jasa yang cukup menarik, dan berdasarkan jenisnya, jasa biasanya dibagi menjadi dua, yakni jasa pull-based dan jasa push-based. Jasa pull-based merupakan jasa yang ditawarkan, sedangkan push-based adalah jasa yang ditawarkan berdasarkan persetujuan pihak nasabah dan bank dimana bank akan

<sup>61</sup> Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan*, (Yogyakarta: ANDI), Hal. 67, 2011.

<sup>62</sup> “Wahyu Agus Winarno, Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi (Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified), e-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi, Volume IV (1) : 24-29,” 2017.

mengirimkan informasi-informasi yang dibutuhkan nasabah secara berkala atau berdasarkan aturan tertentu.

Dan Fitur layanan yang disediakan oleh *M-banking* sangat sesuai dengan kebutuhan nasabah sekarang yang menginginkan sesuatu lebih dari sekedar layanan perbankan. Nasabah menginginkan kenyamanan dan fleksibilitas pada produk dan jasa yang sesuai kebutuhan mereka serta mudah digunakan yang tidak bisa ditawarkan oleh perbankan tradisional.

Dari segi kemudahan yang ditawarkan oleh mobile banking seperti halnya mudah dalam melakukan transaksi isi ulang pulsa, transfer, hingga pembayaran tagihan kartu kredit, ada juga kelemahan yang dimiliki oleh mobile banking, salah satunya adanya hacker yang berusaha meretas informasi account atau debit dan informasi kartu kredit dari nasabah. Ada beberapa kelemahan lainnya selain yang disebutkan diatas, yaitu :

- a. Notifikasi yang terlambat diterima oleh nasabah
- b. Kesalahan pengiriman ke nomor lain
- c. Tidak ada notifikasi atau pemberitahuan dari pihak bank, meskipun nasabah sudah melakukan suatu transaksi
- d. Pengiriman SMS sering tertunda atau pending, sehingga transaksi yang harusnya real time menjadi tidak real time lagi

Jenis transaksi yang bisa dilayani melalui fasilitas mobile banking sebagai berikut :

- a. Transfer dana
- b. Informasi saldo, mutasi rekening, dan informasi nilai tukar
- c. Pembayaran untuk tagihan kartu kredit, listrik, telepon, handphone, serta asuransi
- d. Pembelian isi ulang pulsa dan juga saham

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Beberapa hal yang harus diperhatikan untuk menjaga keamanan dalam bertransaksi menggunakan mobile banking adalah sebagai berikut :

- a. Nasabah wajib mengamankan PIN mobile banking
- b. Bebas membuat PIN sendiri, namun apabila dirasa PIN kita sudah diketahui orang lain, hendaknya segera melakukan penggantian PIN
- c. Jika SIM card GSM kita hilang, dicuri, atau dipindahtanganan kepada pihak lain, maka harus segera telepon ke provider yang berkaitan dengan SIM card nasabah dan lapor call center bank tersebut agar segera dilakukan penanganan.<sup>63</sup>

#### 11. Peran M-Banking dalam Aktivitas *Public Relations*

Peran *Public Relations* yang paling penting adalah sebagai fasilitator komunikasi, di mana PR dapat bertindak sebagai komunikator atau mediator yang dapat membantu manajemen untuk mendengar harapan yang diinginkan oleh publiknya baik secara internal maupun eksternal. Di samping itu, PR berperan sebagai teknisi komunikasi yang dapat menyediakan dan memberikan layanan teknis komunikasi di dalam suatu perusahaan, agar kebijakan-kebijakan yang ada dapat diketahui oleh publik internal dan eksternal dari suatu perusahaan.

Public relations pada hakikatnya merupakan kegiatan komunikasi timbal balik (*two way traffic communication*). Menurut Effendy (2006, p. 23), *public relations* atau hubungan masyarakat adalah komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerjasama dan pemenuhan kepentingan bersama. Untuk membangun hubungan yang baik dengan organisasi dan khalayak umum perlu adanya publisitas, baik tentang

<sup>63</sup> Murni Anugrah L, *Layanan Jasa Perbankan, (Yogyakarta:KTSP), Hal.33, 2018.*





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

produk maupun kualitas perusahaan. Publisitas ditujukan untuk membangun citra yang baik serta kepercayaan di benak masyarakat.<sup>64</sup>

Dapat diketahui program PR yang dilakukan pada sebuah Bank tiap tahunnya adalah mempengaruhi khalayak untuk meyakini penggunaan *M-banking* sesuai target perusahaan. *Public relations* berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan m-banking. Kepiawaian praktisi PR dalam menyampaikan pesan juga perlu diperhatikan agar terjadinya perubahan pengetahuan, sikap, dan tindakan bagi nasabah yang belum menggunakan m-banking agar berminat untuk menggunakan m-banking. Dengan adanya penggunaan media (*choosing a media*) lain untuk mempromosikan layanan m-banking seperti iklan, penyebaran brosur, sosial media, e-mail, dan lain-lain untuk memperkuat program PR. Dan mengembangkan sistem informasi teknologi yang handal, sehingga semakin banyak nasabah berminat menggunakan layanan m-banking. Hal ini dapat menambah informasi bagi pendesain sistem dan manajemen perusahaan bagi lembaga perbankan untuk dapat mengembangkan sistem informasi teknologi yang handal, sehingga semakin banyak nasabah berminat menggunakan layanan m-banking.

## 12. Dunia Perbankan

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.<sup>65</sup>

Menurut Dictionary of Banking and Services by Jerry Rosenbeg bahwa Bank adalah lembaga yang menerima simpanan giro, deposito, dan membayar atas dokumen yang tertarik pada satu orang atau lembaga tertentu,

<sup>64</sup> Fitrianisa Nisa, Sylvia Rozza, And Ali Masjono Muchtar, "Peran Public Relations, Kepercayaan, Dan Persepsi Kemudahan Dalam Mendorong Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pengguna Mobile Banking Bni Syariah Di Kota Depok)," *Account* 7, No. 1 (July 7, 2020), <https://doi.org/10.32722/acc.v7i1.2839>.

<sup>65</sup> "98uu010.," accessed March 3, 2023, <https://www.bphn.go.id/data/documents/98uu010>.

mendiskonto surat berharga, memberikan pinjaman dan menanamkan dananya dalam surat berharga. Dan dapat disimpulkan bahwa bank adalah Lembaga (perusahaan) yang aktifitasnya menghimpun dana berupa giro, deposito, tabungan, dan simpanan yang lain dari pihak yang kelebihan dana (surplus spending unit) kemudian melemparkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dana (deficit spending unit) dalam bentuk kredit dan bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Menurut Sigit Triandaru dan Totok Budisantoso, “fungsi utama bank adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat untuk berbagai tujuan atau sebagai financial intermediary”. Secara lebih spesifik bank dapat berfungsi sebagai agent of trust, agent of development, dan agent of services.<sup>66</sup>

#### a. *Agent of trust*

Dasar utama kegiatan perbankan adalah kepercayaan (trust), baik dalam hal menghimpun dana maupun penyaluran dana. Masyarakat akan mau menitipkan dananya di bank apabila dilandasi adanya unsur kepercayaan. Masyarakat percaya bahwa uangnya tidak akan disalahgunakan oleh bank, uangnya akan dikelola dengan baik, bank tidak akan bangkrut, dan pada saat yang dijanjikan simpanan tersebut dapat ditarik kembali dari bank. Kegiatan perekonomian masyarakat disektor ri’il tidak dapat dipisahkan. Sektor ri’il tidak dapat berkinerja dengan baik apabila sektor moneter tidak bekerja dengan baik. Kegiatan bank berupa penghimpunan dan penyaluran 14 dana sangat diperlukan bagi kelancaran kegiatan perekonomian di sektor ri’il.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



<sup>66</sup> “Perbankan: Pengertian, Sejarah, Fungsi, Sistem dan UU Perbankan,” Bisnis.com, November 4, 2022, <https://finansial.bisnis.com/read/20221104/90/1595051/perbankan-pengertian-sejarah-fungsi-sistem-dan-uu-perbankan>.



#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### b. *Agent of Development*

Kegiatan bank berupa dan menyalurkan dana sangat diperlukan bagi lancarnya kegiatan perekonomian di sektor riil. Kegiatan bank tersebut memungkinkan masyarakat melakukan kegiatan investasi, kegiatan distribusi, serta kegiatan konsumsi barang dan jasa. Mengingat bahwa kegiatan investasi-distribusi-konsumsi tidak dapat dilepaskan dari adanya penggunaan uang. Kelancaran kegiatan investasi-distribusi-konsumsi ini tidak lain adalah kegiatan pembangunan perekonomian suatu masyarakat.

### c. *Agent of service*

Selain melakukan penghimpuna dan penyaluran dana bank juga memberikan penawaran jasa perbankan lain kepada masyarakat. Jasa yang ditawarkan ini erat kaitannya dengan kegiatan perekonomian masyarakat secara umum. Jasa ini antara lain dapat berupa jasa penitipan uang, penitipan barang-barang berharga, pemberian jaminan bank, dan penyelesaian tagihan.

Adapun Perkembangan dunia perbankan, terutama bank syariah dalam dunia Digital yakni adanya pergeseran pada pertumbuhan industri yang bergerak ke arah digitalisasi, berbagai macam aktivitas mulai beralih mengikuti perkembangan yang terjadi, salah satu contohnya adalah pergeseran perbankan syariah di era industri 4.0. Undang-Undang No.7 tahun 1992 yang direvisi Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998 mendefinisikan bahwa bank syariah merupakan lembaga keuangan yang beroperasi atas dasar bagi hasil. Dalam Undang-Undang No. 21 tahun 2008 mengenai perbankan syariah dijelaskan bahwa yang menyangkut bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta proses dalam melakukan kegiatan usahanya menggunakan panduan yang berdasarkan prinsip syariah.

Menurut jenisnya bank syariah terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) serta Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

dan untuk pengaplikasiannya maupun prakteknya berbeda dengan bank konvensional. Industri perbankan syariah mengalami pertumbuhan yang pesat dan mampu mendorong kegiatan ekonomi. Hal tersebut dapat dikatakan karena perbankan syariah telah menjadi salah satu industri yang dapat membantu mendistribusikan dana publik dengan cara yang paling produktif bagi perekonomian, serta juga berfungsi sebagai perantara yang dapat membantu memperlancar aliran uang antara berbagai lembaga dengan sektor ekonomi lainnya. Meskipun dari segi keberadaan dan peranan bank syariah telah mengalami perkembangan yang begitu pesat, yang ditandai dengan banyaknya berdirinya bank-bank syariah. Namun perkembangan teknologi pada saat ini telah mempengaruhi perubahan sosial di tengah-tengah masyarakat. Pengaruh teknologi menjadikan seseorang sangat memiliki ketergantungan atas keberadaannya. Munculnya teknologi lebih memudahkan masyarakat dalam mendapatkan informasi. Sehingga dapat dikatakan bahwa media sosial merupakan perpaduan antara sosiologi dan teknologi.<sup>67</sup>

### Teori *Computer mediated communication* (CMC)

Teori *Computer mediated communication* (CMC) adalah istilah yang digunakan untuk melakukan komunikasi antar dua orang atau lebih yang dapat saling berinteraksi melalui komputer yang beda. Menurut John December *Computer Mediated Communication* adalah proses manusia berkomunikasi dengan menggunakan via komputer dengan melibatkan seseorang, dalam situasi konteks tertentu, dengan terlibat dalam proses untuk membentuk media sebagai tujuan.<sup>68</sup>

*Computer Mediated Communication* (CMC) lebih mengkhususkan pada komunikasi interpersonal manusia melalui dan tentang internet serta web. Susan Herring (1996:4) mengatakan jika CMC adalah komunikasi yang mengambil tempat diantara manusia melalui instrumen komputer. Sedangkan

<sup>67</sup> Muzayyana Tartila, "Strategi Industri Perbankan Syariah dalam Menghadapi Era Digital," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 3 (2022).

<sup>68</sup> "Thurlow, Crispin, Luara Lengel and Alice Tomic, *Computer Mediated Communication: Social Interaction and The Internet*, (California:SAGE Publications)," 2004.





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Roger (1986: 21) menyebutkan beberapa karakteristik lain dari CMC yang bisa dilihat, yaitu:

1. Pesan yang diproduksi secara massal disalurkan secara massal pula. Khalayak yang berperan sebagai konsumen juga bisa berperan aktif sebagai produsen pesan.
2. CMC memungkinkan pihak yang memproduksi pesan mendapat pengetahuan tentang penerima pesannya.
3. CMC menandai proses yang masif atau menyeluruh, artinya pesan yang dikirim antara individu yang berada dalam khalayak besar. Pola ini menunjukkan adanya perbedaan CMC dengan media massa. Pada proses ini, menunjukkan jika sistem kontrol komunikasi massa berpindah dari yang memproduksi pesan ke konsumen media.
4. Interaktivitas adalah kualitas penting dalam sistem komunikasi dimana perilaku komunikasi diharapkan dapat lebih akurat, efektif dan memuaskan karena partisipan dapat secara aktif terlibat dalam proses komunikasi.
5. Feedback atau umpan balik dalam CMC terbatas karena tidak ada tanda komunikasi nonverbal seperti pada komunikasi tatap muka. Feedback dapat disampaikan dengan cepat atau lambat tergantung pada media CMC yang digunakan.
6. Media CMC menyediakan tanda-tanda komunikasi nonverbal yang erat dengan komunikasi tulisan, seperti bentuk, ukuran dan warna huruf.
7. CMC bersifat asynchronous, yaitu memiliki kemampuan untuk mengirim dan menerima pesan pada waktu yang berbeda. Partisipan tidak perlu berada pada waktu yang sama.
8. Pengguna CMC memiliki kedudukan yang setara karena mempunyai kemampuan untuk memproduksi dan mengonsumsi pesan sehingga kontrol terhadap alur komunikasi menjadi searah.
9. Rendahnya privasi pengguna CMC.

Dan penerapan teori yang akan digunakan peneliti secara sistematis adalah sebagai berikut:

- a. Penggunaan AI dalam Marketplace pada Bank Riau Kepri Syariah berfungsi untuk membantu kedua pihak, baik konsumen maupun penyelenggara Marketplace itu sendiri. Umumnya, Marketplace memanfaatkan Machine Learning dalam sistemnya. Kemampuan AI untuk dapat mengetahui, menganalisis, bahkan memutuskan pilihan sendiri menjadi salah satu alasan digunakannya teknologi tersebut.<sup>69</sup>
- b. Memanfaatkan AI untuk *virtual assistant* (CS robot ). Aplikasi ini didukung oleh teknologi canggih berbasis Artificial Intelligence (AI). Selain itu, aplikasi ini dapat diakses dengan menggunakan metode voice command untuk mempermudah nasabah saat membutuhkan informasi. Virtual Assistant adalah sebuah program pintar yang dibuat oleh manusia yang bertujuan untuk dapat bisa membantu kebutuhan dan aktivitas yang dilakukan manusia sehari-hari. Selain itu, virtual assistant dapat melakukan tugas-tugas tertentu yang telah diperintahkan oleh pengguna virtual assistant dengan respon yang relatif cepat.
- c. BRKS Mobile , adalah bentuk penerapan AI . Pelanggan Bank Riau Kepri Syariah dapat menggunakan layanan mobile banking ini untuk mengakses akun bank mereka, mengecek saldo, mengirim atau menerima uang, membayar tagihan, dan berbagai layanan lainnya yang tersedia melalui internet banking. Layanan mobile banking Bank Riau Kepri Syariah tersedia melalui aplikasi yang dapat diunduh di perangkat seluler pelanggan atau melalui situs web mobile banking yang dapat diakses melalui peramban web perangkat seluler. Pelanggan dapat mengakses

<sup>69</sup> Eka Larasati Amalia Dan Dimas Wahyu Wibowo, Rancang Bangun Chatbot Untuk Meningkatkan Performa Bisnis, Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia, Vol.13, No.2 , p.137., 2019.

layanan ini dengan menggunakan nomor telepon dan kata sandi yang terdaftar di Bank Riau Kepri Syariah.

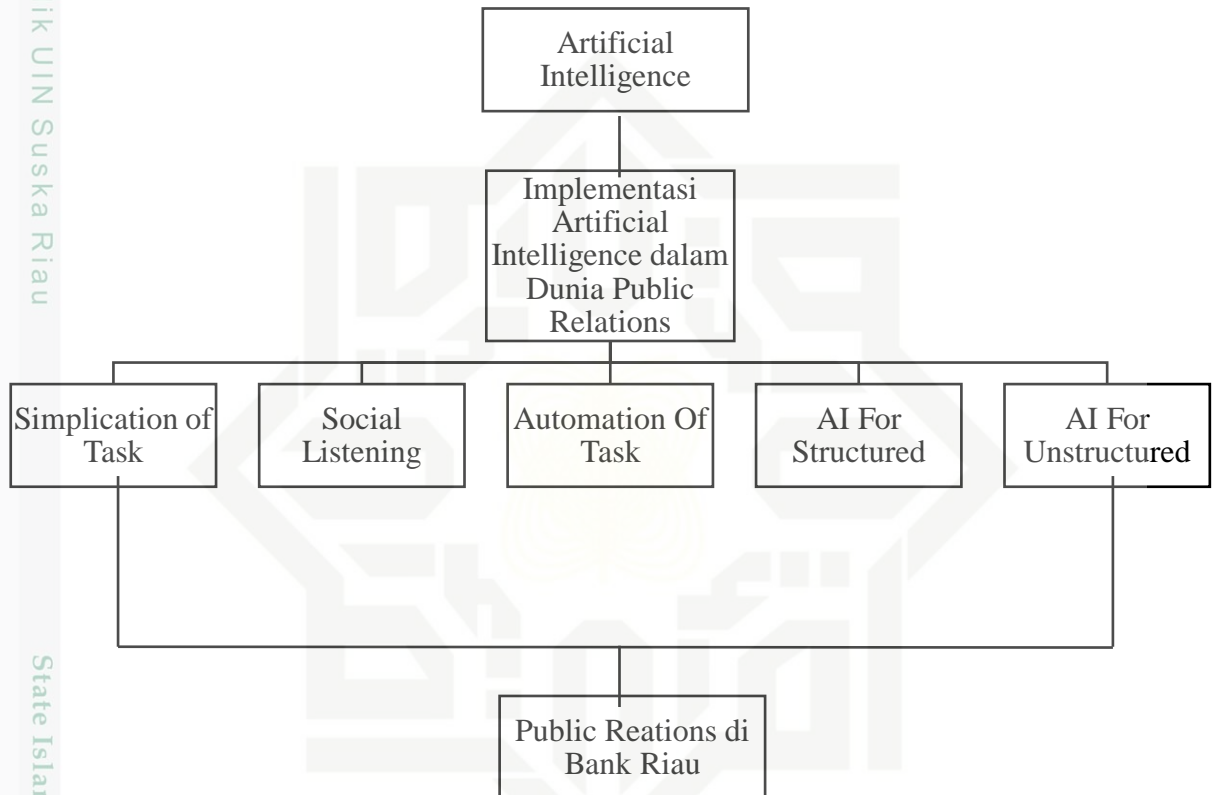
#### D. Kerangka Pemikiran

Dasar pemikiran yang memuat perpaduan antara teori dengan fakta, observasi, dan kajian kepustakaan, yang akan dijadikan dasar dalam kegiatan penelitian. Kerangka pemikiran harus dilakukan secara teratur, dan struktur dilakukan sesuai dengan alur dan kondisi yang ada. Berdasarkan konsep operasional yang telah dijabarkan, maka kerangka pemikiran dari Dampak Artificial Intelligence dalam Dunia Public Relations pada Bank Riau Kepri Syariah adalah sebagai berikut : ( **Gambar 2.1** )

##### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Gambar 2.1 :**  
**Bagan Kerangka Berpikir**



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III

### METODELOGI PENELITIAN

#### A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif dan pendekatan deskriptif. Metode kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (natural setting). Penelitian deskriptif kualitatif, deskriptif yaitu suatu rumusan masalah yang memandu penelitian untuk mengeksplorasi atau memotret situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh, luas dan mendalam. Menurut Bogdan dan Taylor yang dikutip oleh Lexy.J. Moleong, pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.<sup>70</sup>

Sifatnya yang tidak terlalu mengutamakan makna, sebaliknya, penekanannya pada deskriptif menyebabkan format deskriptif lebih banyak menganalisa permukaan data, hanya memerhatikan proses-proses kejadian suatu fenomena, bukan kedalaman data ataupun makna data. Walaupun demikian deskriptif-kualitatif mengadopsi cara berpikir induktif untuk mengimbangi cara berpikir deduktif.<sup>71</sup>

#### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat yang dipilih dengan tujuan untuk memperoleh data yang dibutuhkan untuk penelitian. Pemilihan lokasi harus didasarkan pada pertimbangan daya tarik, keunikan dan penerapan topik penelitian yang dipilih.<sup>72</sup>

<sup>70</sup> “Lexy J. Meleong, Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, ), h.4.,” 2007.

<sup>71</sup> Burhan Bungin, Op.Cit.,146.

<sup>72</sup> “Muhammad Hasan et al., Metode Penelitian Kualitatif (Tahta Media Group),” 2022.

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Riau Kepri Syariah Cabang Bangkinang yang terletak di Jl. Profesor Moh. Yamin SH No.29, Langgini, Kec. Bangkinang, Kabupaten Kampar, Riau 28463. Penelitian ini dilakukan Pada Tahun 2023.

### C. Sumber Data Penelitian

Dalam penelitian ini, data akan di dapatkan dengan menggunakan sumber data sebagai berikut:

#### 1. Data Primer

Data primer ialah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer di dapat dari sumber informan yaitu individu atau perseorangan seperti hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Data primer ini adalah Catatan hasil wawancara, Hasil observasi lapangan, dan Data-data mengenai informan.<sup>73</sup>

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini digunakan untuk mendukung informasi primer yang telah diperoleh yaitu dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku, dan lain sebagainya.<sup>74</sup>

### D. Informan Penelitian

Dalam penelitian kualitatif posisi sumber data yang berupa manusia (narasumber) sangat penting peranannya sebagai individu yang memiliki informasinya. Peneliti dan narasumber di sini memiliki posisi yang sama,

<sup>73</sup> Syafnidawaty, "Data Primer," Universitas Raharja, November 8, 2020, <https://Raharja.Ac.Id/2020/11/08/Data-Primer/>.

<sup>74</sup> Rifa Ulfayati Huri, Sukarelawati Sukarelawati, And Maria Fitriah, "Perilaku Sosial Muslim Terhadap Lgbt Dalam Film Cinta Fiisabiilillah Versi Youtube," *Jurnal Komunikatio* 5, No. 1 (April 30, 2019), <https://doi.org/10.30997/jk.v5i1.1690>.

oleh karena itu narasumber bukan sekedar memberikan tanggapan pada yang diminta peneliti, tetapi ia dapat lebih memilih arah dan selera dalam menyajikan informasi yang ia miliki. Karena posisi inilah sumber data yang berupa manusia di dalam penelitian kualitatif disebut sebagai informan.<sup>75</sup>

Informan (narasumber) penelitian adalah seseorang yang, karena memiliki informasi (data) banyak mengenai objek yang sedang diteliti, dimintai informasi mengenai objek penelitian tersebut. Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Teknik purposive sampling ini diambil karena narasumber atau informan tersebut memiliki informasi yang tujuannya sesuai dengan tema penelitian dan dianggap mempunyai informasi yang dapat dikembangkan menjadi sebuah data.

Adapun kriteria subjek dalam penelitian ini adalah :

1. Seseorang yang berperan sebagai *Public relations* di Bank Riau Kepri Syariah.
2. Orang yang bekerja di bagian Public Relations selama minimal 5 tahun pada perusahaan tersebut.

**Tabel 3.1**

**Daftar Informan Penelitian pada Bank Riau Kepri Syariah**

No	Nama	Jabatan
1	Dian	Fungsional Public Relations
2	Nanda Desviany	Staff Fungsional
3	S.E	Staff Fungsional
4	Maratul Muslimah	Staff Fungsional
	Wella Briliyani	Staff Banking/ IT

<sup>75</sup> “H.B. Sutopo, Penelitian Kualitatif: Dasar Teori Dan Terapannya Dalam Penelitian, (Surakarta: Universitas Sebelas Maret), Hlm. 60.,” 2006.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Yin (2014), teknik pengumpulan data merupakan rangkaian Langkah-langkah dalam penelitian untuk mendapatkan data agar penelitian dapat diteliti dan pertanyaan penelitian terjawab.<sup>76</sup> Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Wawancara

Wawancara yang digunakan adalah wawancara kualitatif. Artinya peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara lebih bebas dan leluasa, tanpa terikat oleh suatu susunan pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya. Wawancara atau interview adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai.<sup>77</sup>

Metode wawancara kualitatif menggunakan panduan wawancara yang berisi beragam pertanyaan untuk diajukan kepada informan. Penggunaan data metode ini didasarkan pada dua alasan, pertama, dengan wawancara peneliti dapat menggali tidak saja apa yang diketahui dan dialami subjek yang diteliti, akan tetapi apa yang tersembunyi jauh didalam diri subjek penelitian. Kedua, apa yang ditanyakan kepada informan bisa mencakup hal-hal yang bersifat lintas waktu, yang berkaitan dengan masa lampau, masa sekarang, dan juga masa mendatang.

<sup>76</sup> Ratna Dewi Nur'aini, "Penerapan Metode Studi Kasus Yin Dalam Penelitian Arsitektur Dan Perilaku," *Inersia: Informasi Dan Ekspose Hasil Riset Teknik Sipil Dan Arsitektur* 16, No. 1 (April 23, 2020): 92–104, <https://doi.org/10.21831/Inersia.V16i1.31319>.

<sup>77</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kenca Prenadamedia Group,), 2005.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Observasi

Observasi adalah cara memperoleh data dengan mengamati kegiatan dan aktivitas yang dilakukan oleh individu tertentu. Sehingga apabila ingin mempelajari objek tertentu, maka peneliti harus terlibat langsung.<sup>78</sup>

## 3. Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat dan menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek. Dokumentasi yaitu instrument pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data.<sup>79</sup> Tujuannya untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Dapat berbentuk dokumen public ataupun dokumen privat. Dokumen publik misalnya: berita-berita surat kabar, transkrip acara TV dan lainnya. Dokumen privat misalnya: memo, surat-surat pribadi, catatan telepon, buku harian individu, dan lainnya.

## F. Validitas Data

Validitas data bertujuan untuk memastikan perolehan data terjadi sesuai dengan kejadian sesungguhnya. Validitas data digunakan sebagai alat ukur yang keakuratannya dapat dipercaya. Analisis Triangulasi, yaitu menganalisa jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (sumber data lainnya) yang tersedia. Disini jawaban subjek di cross-check dengan dokumen yang ada. Triangulasi data adalah teknik pemeriksaan keabsahan yang memanfaatkan suatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu.<sup>80</sup>

<sup>78</sup> “Muhammad Rijal Fadli, ‘Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif’, Humanika, Vol. 21, No. 1, Pp. 33–54,” 2021.

<sup>79</sup> *Teknis Praktis Riset Komunikasi*.

<sup>80</sup> *Lexy Moleong J, Metode Penelitian Kualitatif (Bandung: Remaja Rosdakarya, ), 2004.*

## G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah tahapan mencari, menyusun data yang diperoleh dengan cara sistematis dari hasil wawancara, observasi, dokumentasi melalui pengorganisasian data, penguraian dalam satuan, sintesisasi, penyusunan pola, pemilihan data penting yang dipelajari, dan menarik kesimpulan dipahami diri sendiri dan orang lain dengan mudah. Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Di dalam analisis data kualitatif terdapat tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan. Aktivitas dalam analisis data, yaitu:

- a. Pertama, setelah pengumpulan data selesai kemudian melakukan reduksi data, yaitu menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan pengorganisasian, sehingga data terpilah-pilah.
- b. Kedua, data yang telah direduksi akan disajikan dalam bentuk narasi.
- c. Ketiga, adalah penarikan kesimpulan dari data yang telah disajikan pada tahap kedua dengan mengambil kesimpulan.

Dengan penggunaan teknik Triangulasi sebagai teknik untuk mengecek keabsahan data. Dimana dalam pengertiannya triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian. Triangulasi dapat dilakukan dengan menggunakan teknik yang berbeda yaitu wawancara, observasi dan dokumen. Triangulasi ini selain digunakan untuk mengecek kebenaran data juga dilakukan untuk memperkaya data.

Pada penelitian ini, dari berbagai macam metode triangulasi, peneliti hanya menggunakan teknik pemeriksaan dengan memanfaatkan sumber dan triangulasi metode. Triangulasi dengan sumber artinya membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

kualitatif. Adapun untuk mencapai kepercayaan itu, maka ditempuh langkah sebagai berikut :<sup>81</sup>

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan masyarakat dari berbagai kelas.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Adapun yang dimaksud dengan Triangulasi metode, yaitu dengan cara membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara dan membandingkan data hasil pengamatan data hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan. Dalam hal ini peneliti berusaha mengecek kembali data yang diperoleh melalui wawancara.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



<sup>81</sup> J.Moleong, Lexy., *Metode Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi (PT Remaja Rosdakarya, Bandung., 2014).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB IV GAMBARAN UMUM

### A. Sejarah Singkat Lokasi Penelitian

Sejarah berdirinya PT. Bank Riau Kepri dimulai dari berdirinya PT. Baperi (PT. Bank Pembangunan Daerah Riau) yang didirikan berdasarkan Akte Notaris Syawal Sutan diatas No. 1 tanggal 2 Agustus 1961, dan izin Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor BUM 9-4-4-5 tanggal 15-08-1961. Namun dalam perjalanannya, PT. Baperi tidak dapat melaksanakan kegiatan usahanya sebagaimana syarat-syarat yang dikehendaki Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1962 tersebut.

Selanjutnya dengan Surat Keputusan Gubernur KDH. Tk. I Riau No. 51/IV/1966 tanggal 01 April 1966 segala kegiatan PT. BAPERI dinyatakan berakhir, seluruh aktiva dan pasiva PT. Baperi dilikuidasi dan kemudian didirikan Bank Pembangunan Daerah Riau yang baru, sesuai dengan Undang-Undang No. 13 tahun 1962 tentang Bank Pembangunan Daerah. Terhitung tanggal 01 April 1966 secara resmi kegiatan Bank Pembangunan Daerah Riau dimulai dengan status sebagai Bank Milik Pemerintah Daerah Riau.

Dengan berbagai perubahan dan perkembangan kegiatan bank, sejak tahun 1975 status pendirian Bank Pembangunan Daerah Riau disesuaikan dengan peraturan Daerah Provinsi Daerah Tingkat I Riau Nomor 10 Tahun 1975, yang kemudian diatur kembali dengan Peraturan Daerah Tingkat I Riau Nomor 18 Tahun 1986 berdasarkan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1962. Status pendirian Bank Pembangunan Daerah Riau diatur dan disesuaikan dengan Peraturan Daerah Nomor 14 Tahun 1992 tentang Bank Pembangunan Daerah Riau berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan. Terakhir dengan Peraturan Daerah Provinsi Daerah Tingkat I Riau Nomor 5 Tahun 1998 tentang Perubahan Pertama Peraturan Daerah Provinsi Daerah Tingkat I Daerah Riau Nomor 14 Tahun



1992 tentang Bank Pembangunan Daerah Riau.

Selanjutnya Bank Pembangunan Daerah Riau disetujui berubah status dari Perusahaan Daerah (PD) menjadi Perseroan Terbatas (PT) sesuai hasil keputusan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) tanggal 26 Juni 2002 yang dibuat oleh Notaris Ferry Bakri, SH dengan Akta Nomor 3 yang kemudian ditetapkan dengan Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2002 tanggal 26 Agustus 2002 dan telah diundangkan dalam Lembaran Daerah Provinsi Riau Tahun 2002 Nomor 50. Perubahan Bentuk Hukum tersebut telah dibuat dengan Akta Notaris Muhammad Dahad Umar, SH Notaris di Pekanbaru Nomor 36 tanggal 18 Januari 2003 yang telah disahkan oleh Menteri Kehakiman HAM dengan Surat Keputusan Nomor C-09851. HT. 01-01. TH 2003 tanggal 5 Mei 2003. Perubahan badan hukum tersebut telah disahkan dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) tanggal 13 Juni 2003 yang dituangkan dalam Akta Notaris No. 209 tanggal 13 Juni 2003 Notaris Yondri Darto, SH, Notaris di Batam, dan telah pula mendapat persetujuan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia Nomor 5/30/KEP. DGS/2003 tanggal 22 Juli 2003.

Untuk meningkatkan mutu kinerjanya, perbankan ini memiliki berbagai personil yang terdiri dari pimpinan cabang, pimpinan cabang pembantu, pimpinan bidang operasional, penyelia pemasaran syariah, penyelia pelayanan nasabah, penyelia operasional, penyelia Administrasi Keuangan, Teller, pengelola pemasaran, asisten pemasaran, asisten kliring, asisten akuntansi, keamanan, sopir, OB dan juga polisi. Dimana masing-masing berdasarkan unit-unitnya, diantara satu kesatuan ini saling bekerja sama dan bahu-membahu untuk mencapai suatu tujuan yaitu perbankan yang maju dan unggul dalam layanan dan kinerja dengan menjalankan bisnis.

PT. Bank Riau Cabang Bangkinang yang berada di Jl Prof M, Yamin No. 78 yang merupakan salah satu cabang dari beberapa kantor cabang yang ada di Provinsi Riau dan Kepulauan Riau yang telah diresmikan pada

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



tanggal 21 April 2010. Saat ini PT. Bank Riau Kepri Cabang Bangkinang di pimpin oleh Bapak **H. Fajar R. Febriansyah, SE** yang semakin hari semakin berkembang, perkembangan yang diraih adalah memiliki 4 kedai Bank Riau Kepri (Air Tiris, Petapahan, Kuok dan Lipat Kain).

## B. Visi Misi

### 1. Visi

Sebagai perusahaan perbankan yang mampu berkembang dan terkemuka di daerah, memiliki manajemen yang professional dan mendorong pertumbuhan perekonomian daerah sehingga dapat memberdayakan perekonomian rakyat.

### 2. Misi

- a. Sebagai Bank sehat, elit dan merakyat
- b. Sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi daerah
- c. Sebagai pengelola dana pemerintah daerah
- d. Sebagai sumber pendapatan daerah
- e. Sebagai Pembina, pengembangan dan pendamping usaha kecil dan menengah.

## C. Struktur Organisasi PT. Bank Riau Kepri Syariah Kantor Cabang Bangkinang

Struktur Organisasi merupakan gambaran suatu perusahaan secara sederhana, memperlihatkan wewenang dan tanggung jawab baik secara vertikal maupun horizontal serta memberikan gambaran tentang satuan-satuan kerja dalam suatu organisasi, dan menjelaskan hubungan-hubungan yang ada untuk membantu bagi pimpinan ataupun ketua umum dalam mengidentifikasi, mengkordinir, tingkatan-tingkatan dan seluruh fungsi yang ada dalam suatu organisasi. Struktur Organisasi mempunyai arti penting dalam mencapai tujuan dari PT. Bank Riau Kepri Cabang Bangkinang yang disusun dengan ketentuan yang berlaku. Intinya adalah

menjelaskan segala fungsi kewajiban dan tanggung jawab personil pada setiap bidang atau bagian yang sudah ditempati. Adapun tugas masing-masing personil antara lain :

#### 1. Pimpinan

Pimpinan adalah seseorang yang mempunyai jabatan tertinggi di setiap kantor cabang atau kantor cabang pembantu perbankan yang ia pimpin dan bertanggung jawab atas pengelolaan, monitoring kerja karyawan, dan pengembangan perbankan dari seluruh kegiatan harian yang berupa pelayanan nasabah.

#### 2. Pimpinan Seksi Pemasaran (Account Officer)

Pimpinan seksi pemasaran disebut juga dengan pimpinan seksi kredit yang bertugas memimpin kredit untuk menyalurkan kredit kepada masyarakat, pimpinan seksi pemasaran dibantu beberapa orang yang melaksanakan sebuah bidang yakni analisi KAG dan pelaksana Pemasaran yang memberikan pelayanan seperti:

- a. Pengajuan pembiayaan (survey)
- b. Menilai layak atau tidaknya nasabah pengajuan pembiayaan.
- c. Pencairan pembiayaan nasabah yang melayani nasabah pengajuan pembiayaan dan mengimput data.
- d. Meninjau lokasi nasabah sudah disetujui dan mempersiapkan semua persaratan.
- e. Melaksanakan akad pencairan dengan nasabah.
- f. Meninjau atau memonitori nasabah dalam pembayaran angsuran.
- g. Dan lain-lain

#### 3. Pimpinan Seksi Pelayanan Nasabah

Bertugas memimpin seksi pelayanan nasabah, yang disebut juga dengan front office yang berhadapan langsung dengan nasabah. Dalam melaksanakan pekerjaannya, pimpinan pelayanan nasabah dibantu oleh beberapa orang bagian yang melayani nasabah diantaranya :

- a. Customer Service

Bertugas menangani semua yang berhubungan dengan pembukuan rekening giro, deposito, dan tabungan serta sebagai tempat pelayanan informasi.

b. Teller

Bertugas menerima dan melakukan segala macam transaksi tunai yang berhubungan dengan kas, menerima penyeteran dan penarikan tabungan yang dimiliki nasabah tersebut.

4. Pimpinan Seksi Operasional

Pimpinan seksi operasional dibantu oleh beberapa orang melaksanakan operasional perusahaan diantaranya:

a. Akuntansi Ilmu Teknologi (IT) dan Laporan / Back Office

Bertugas menangani pemeriksaan seluruh transaksi bank, menjaga keaktifan jaringan komputer agar selalu siap untuk digunakan sehingga bisa meminimalisirkan kendala-kendala yang tidak diinginkan dalam melaksanakan kerja.

b. Administrasi Umum dan Kepegawaian

Bertugas melaksanakan barang masuk, surat keluar, atau mendata keperluan kantor yang dibutuhkan para karyawan.

c. Administrasi Kredit

Bertugas mencatat seluruh transaksi kredit.

d. PPB dan BPHTB

Bertugas menerima setoran pajak bumi dan bangunan (PBB) dan menangani laporan bea perolehan hak atas tanah dan bangunan (BPHTB) dengan syarat harus STS (Surat Tanda Setoran) yang di bawah oleh wajib pajak.

e. Security

Bertugas untuk menjaga keamanan PT. Bank Riau Kepri Cabang Bangkinang.

f. Cleaning Service

Bertugas membersihkan lingkungan PT. Bank Riau Kepri Cabang Bangkinang.



g. Supir

Bertugas sebagai supir kendaraan kantor untuk keperluan kantor atau mengantar pimpinan atau karyawan dalam rangka kerja.

5. Pimpinan Kantor Kas

Bertugas melakukan pencatatan kas dan menyortir uang.

6. Auditor Cabang

Bertugas mengawasi kegiatan operasional bank agar tetap berjalan dengan lancar dan tidak menyimpangi dari ketentuan system dan prosedur bank yang telah ditetapkan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB VI PENUTUP

### A. Kesimpulan

Untuk mewujudkan penelitian yang baik dan terstruktur maka penulis menutup dengan kesimpulan yang didapatkan berdasarkan hasil penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik observasi dan wawancara serta dokumentasi yang dilaksanakan di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Bangkinang tentang rumusan masalah yang telah penulis sampaikan pada latar belakang diatas yaitu bagaimana Implementasi *Artificial Intelligent* dalam dunia *Public Relations* dapat diambil kesimpulan. Adapun kesimpulannya adalah sebagai berikut :

- a. Bank Riau Kepri Syariah secara umum telah menggunakan AI (*Artificial Intelligent*) dalam aktivitas *Public Relations* mereka.
- b. Adapun aplikasi dalam aktivitas *Public Relations* yang telah digunakan oleh Bank Riau Kepri Syariah adalah:
  1. *Simplifications of task*, dengan beberapa perangkat aplikasi seperti canva, zoom dan Google Form yang merupakan perangkat yang masuk pada klasifikasi simplikasi atau fungsi untuk menyederhanakan kinerja PR.
  2. *AI for unstructured*, yakni dengan penggunaan layanan Chatboth Bank Riau Kepri Syariah ini mulai aktif sejak tahun 2022 lalu. Chatboth yang disebut dengan Laila ini merupakan salah satu manfaat terpenting di perbankan untuk layanan pelanggan yang lebih baik di Bank Riau, yang mana perangkat ini merupakan inti dari karakterisasi perangkat PR.
  3. *Social listening and monitoring*, Perangkat AI ini yang berfungsi untuk mengidentifikasi bagaimana pendapat dan persepsi audiens

terhadap produk serta layanan, hal ini diterapkan dengan penggunaan platform Bit.ly sebagai layanan pengaduan di Bank Riau Kepri Syariah.

- c. Dengan kehadiran AI (*Artificial Intelligent*) banyak memberi bantuan dan kemudahan yang dirasakan oleh karyawan di Bank Riau Kepri Syariah untuk menunjang kinerja yang lebih praktis, mudah dengan waktu yang cepat.

## B. Saran

Penelitian ini hanya terbatas kepada Bank Riau Kepri Syariah yang notabennya adalah Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). Yang berkaitan dengan kinerja Praktisi *Public Relations*. Saya selaku penulis menyarankan kepada peneliti yang tertarik dengan tema ini untuk melakukan riset yang sama bisa di lakukan pada Bank lain yang tergabung kedalam Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) atau Himpunan Bank Milik Negara (HIMBARA).

Dan saya juga menyarankan untuk bisa mendapatkan data hasil penelitian yang lebih memuaskan bisa dilakukan pada Bank-Bank swasta skala nasional seperti Bank Muamalat, Bank Central Asia (BCA), Bank Duta, Bank Nusa Internasional, Bank Niaga, Bank Universal, Bank Mega, Bank Bumi Putra maupun internasional seperti CIMB Niaga, Citi Bank, HSBC Holdings Bank, DBS Bank, May Bank dan lain-lain.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Daftar pustaka

- Griffiths, b.l.forcier w. Holmes, intelligence unleashed. An argument for ai in education (london: pearson).” 2016.
- millington j. Funge, artificial intelligence for games. (2nd ed.) (burlington: elsevier),” 2009.
- 98uu010.pdf.” Accessed march 3, 2023.  
<https://www.bphn.go.id/data/documents/98uu010.pdf>.
- Abdullah, assyari. “public relations in the era of artificial intelligence: peluang atau ancaman?” *Aristo* 8, no. 2 (may 31, 2020): 406.  
<https://doi.org/10.24269/ars.v8i2.2629>.
- “abdullah zahrani, adel a. Marghalani, ‘how artificial intelligent transform business’, research paper artificial intelligence on business, saudi aramco information technology, hlm. 5,” 2018.
- Abrori, husnan. “humas sebagai method of commucation dalam membentuk image madrasah.” *Al-tanzim : jurnal manajemen pendidikan islam* 2, no. 2 (october 30, 2018): 161–66. <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v2i2.397>.
- adminidpr, —sejarah ringkas public relations di indonesia | indonesia pr, diakses 3 februari 2021, <https://indonesiapr.id/sejarah-ringkas-public-relations-di-indonesia/>.,” n.d.
- Afan gaffar. “otonomi daerah daerah dalam negeri,” n.d., h.295.
- “ai-for-beginner-prof.-dr.-widodo-budiharto.2012,” n.d.
- Aisyah mutia dawis, irfan sophan himawan, ratnadewi, dwiny meidelfi, junaidi, faisal ikhram, defni, rofiq harun, m.syauqi haris, wahyuddin s.eka yuniar, rakhmat purnomo, inayatul inayah, aline gratika nugrahani. *Artificial intelligence : konsep dasar dan kajian praktis*. Vol. 1. Cv. Tohar media, 2022.
- Ananda, indriani dewi resky, muh. Iqbal sultan, and sudirman karnay. “pemanfaatan big data bagi praktisi public relations pertamina regional sulawesi.” *Jiip - jurnal ilmiah ilmu pendidikan* 5, no. 11 (november 1, 2022): 4803–6. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i11.1074>.
- Arief, muminto, catur priyadi, and widyarini ridwan. “penguatan peran dan fungsi public relation dalam era new digital” 2, no. 1 (2022).
- Arief, n. Nurlaela, and m.arkan ariel saputra. “kompetensi baru public relations (pr) pada era artificial intelligence: case study praktisi pr di indonesia.”



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*Jurnal sistem cerdas* 2, no. 1 (april 30, 2019): 1–12.  
<https://doi.org/10.37396/jsc.v2i1.19>.

Arly, adinda, nanda dwi, and rea andini. “implementasi penggunaan artificial intelligence dalam proses pembelajaran mahasiswa ilmu komunikasi di kelas a,” 2023.

“artificial intelligence (ai) is transforming public relations - worldcom.2020,” n.d.

Asep saepul hamdi dan e. Bahruddin dalam *buku metode penelitian kuantitatif aplikasi dalam pendidikan*, 2015.

Assyari abdullah,. “public relations in the era of artificial intelligence: peluang atau ancaman?, (t.t.): 406–17.” *Urnal aristo (social, politic, humaniora)* 08, no. 2 (2020).

Baharudin, erwan. “public relations dalam kegiatan marketing” 1 (2004).

Bisnis.com. “perbankan: pengertian, sejarah, fungsi, sistem dan uu perbankan,” november 4, 2022.  
<https://finansial.bisnis.com/read/20221104/90/1595051/perbankan-pengertian-sejarah-fungsi-sistem-dan-uu-perbankan>.

Burhan bungin, *metode penelitian kuantitatif (jakarta: kenca prenadamedia group, )*, 2005.

Burhan bungin, *op.cit.*, 146, n.d.

“dasrun hidayat, pengantar public relation (jakarta: raja grafindo).,” 2014.

Devianto, yudo, and saruni dwiasnati. “kerangka kerja sistem kecerdasan buatan dalam meningkatkan kompetensi sumber daya manusia indonesia.” *Jurnal telekomunikasi dan komputer* 10, no. 1 (april 8, 2020): 19.  
<https://doi.org/10.22441/incomtech.v10i1.7460>.

Dr. N. Nurlaela arief, mba; *public relations in the era of artificial intelligence bagaimana big data al merevolusi dunia pr*. Simbiosis rekatama media, 2019.  
[//digilib.amikompurwokerto.ac.id%2findex.php%3fp%3dshow\\_detail%26id%3d13233](https://digilib.amikompurwokerto.ac.id%2findex.php%3fp%3dshow_detail%26id%3d13233).

Dti. “kegunaan artificial intelligence di industri keuangan,” august 1, 2022.  
<https://digitaltransformation.co.id/kegunaan-artificial-intelligence-di-industri-finansial/>.

“edi wijaya, —analisis penggunaan algoritma breadth first search dalam konsep artificial intellegencia,|| jurnal time 2, no. 2 : 18–26.,” 2013.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- editor, —artificial intelligence dalam praktik public relation,|| <https://editor.id/>, diakses 11 februari 2021, [https://editor.id/artificial-intelligence-dalam-praktik-public-relation/.](https://editor.id/artificial-intelligence-dalam-praktik-public-relation/),” n.d.
- eka larasati amalia dan dimas wahyu wibowo, rancang bangun chatbot untuk meningkatkan performa bisnis, jurnal ilmiah teknologi informasi asia, vol.13, no.2 , p.137.,” 2019.
- English oxford living dictionaries*, 2018.
- Erlistyarini, yulinda. “pr online: studi tentang strategi public relations pada kegiatan media online di pemerintah kabupaten tabalong.” *Universitas airlangga*, 2018.
- “ernawati, berhenti sesaat untuk melesat, (yogyakarta: budi utama), 133.,” 2021.
- Figana, raisa azura, and yusni maulida. “the effect of conversion of conventional bank riau kepri to sharia bank riau kepri on assets and customer satisfaction with customer perceptions as intervening variables,” 2022.
- Galloway, chris, and lukasz swiatek. “public relations and artificial intelligence: it’s not (just) about robots.” *Public relations review* 44, no. 5 (december 2018): 734–40. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.10.008>.
- “gmail dan google docs kini pakai ai, apa fungsinya?” Accessed december 8, 2023. <https://tekno.kompas.com/read/2023/03/18/13000037/gmail-dan-google-docs-kini-pakai-ai-apa-fungsinya->.
- Hanifah, ghina, and m husein fahmi. “transformasi profesi public relations yayasan pendidikan al-masoem dalam mempromosikan pemasaran perusahaan,” n.d.
- Hasanah, aulia, and aqsiami kirana. “pengaruh kualitas pelayanan customer service bank dki cabang pembantu pondok gede terhadap kepuasan nasabah.” *Jurnal manajemen bisnis* 21, no. 3 (2018).
- “h.b. sutopo, penelitian kualitatif: dasar teori dan terapannya dalam penelitian, (surakarta: universitas sebelas maret), hlm. 60.,” 2006.
- “how will artificial intelligence affect pr\_.2020,” n.d.
- Huri, rifa ulfayati, sukarelawati sukarelawati, and maria fitriah. “perilaku sosial muslim terhadap lgbt dalam film cinta fiisabiilillah versi youtube.” *Jurnal komunikatio* 5, no. 1 (april 30, 2019). <https://doi.org/10.30997/jk.v5i1.1690>.
- J.moleong, lexy. . . *Metode penelitian kualitatif* . Edisi revisi. Pt remaja rosdakarya, bandung., 2014.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kurniawan, citra. “implementasi artificial intelligence dalam penyelesaian masalah dengan metode unification dan back tracking visual prolog,” 2015.

Kusrin. *Sistem pakar, teori dan aplikasi*, 2006.

“lexy j. Meleong, metodologi penelitian kualitatif (bandung: pt. Remaja rosdakarya, ), h.4.” 2007.

*Lexy moleong j, metode penelitian kualitatif (bandung: remaja rosdakarya, ),*, 2004.

Lspri.or.id. “sejarah public relations di indonesia,” january 24, 2022. <https://lspri.or.id/2022/01/24/sejarah-public-relations-di-indonesia/>.

Luh putu ary sri tjahyanti\*1, putu satya saputra2. “peran artificial intelligence (ai) untuk mendukung pembelajaran di masa pandemi covid-19.” *Jurnal komputer dan teknologi sains (komteks)* 1 (oktober 2022).

*Maryanto supriyono, buku pintar perbankan,(yogyakarta: andi), hal. 67, 2011.*

Mawardi, rafi aufa. “pengertian google form dan 5 manfaatnya untuk dunia pendidikan.” Detikedu. Accessed december 8, 2023. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6163990/pengertian-google-form-dan-5-manfaatnya-untuk-dunia-pendidikan>.

“muhammad hasan et al., metode penelitian kualitatif (tahta media group),” 2022.

“muhammad rijal fadli, ‘memahami desain metode penelitian kualitatif’, humanika, vol. 21, no. 1 , pp. 33–54,” 2021.

*Murni anugrah l, layanan jasa perbankan, (yogyakarta:ktsp), hal.33, 2018.*

Nanda desviany zulian, nanda. Wawancara penelitian, november 2023.

Niken puspitasari, s.ip., ma, dr. Diah ajeng p. S.sos., m.si, febriana indahsari s.ikom, dan tariq yazid s.ikom. Ma. *Cyber public relations berubah atau terlibas*. Adipura books, 2022.

Nisa, fitrianisa, sylvia rozza, and ali masjono muchtar. “peran public relations, kepercayaan, dan persepsi kemudahan dalam mendorong minat bertransaksi menggunakan mobile banking (studi kasus pengguna mobile banking bni syariah di kota depok).” *Account* 7, no. 1 (july 7, 2020). <https://doi.org/10.32722/acc.v7i1.2839>.

Nur’aini, ratna dewi. “penerapan metode studi kasus yin dalam penelitian arsitektur dan perilaku.” *Inersia: Informasi dan ekspose hasil riset teknik*

*sipil dan arsitektur* 16, no. 1 (april 23, 2020): 92–104. <https://doi.org/10.21831/inersia.v16i1.31319>.

Nurdin usman. “konteks implementasi berbasis kurikulum.” Grasindo , jakarta, 2002.

“oleh - pemanfaatan aplikasi zoom cloud meetings sebagai m.pdf.” Accessed december 3, 2023. <http://repository.unpas.ac.id/51049/1/skripsi%20egi%20priyatna%20%28162050265%29.pdf>.

“pemanfaatan bitly - penelusuran google.” Accessed december 10, 2023. [https://www.google.com/search?q=pemanfaatan+bitly&oq=pemanfaatan+bitly+&gs\\_lcrp=egzjahjvbwuybggaeuyotigcaeqixgn0geinzmlmwowajeoagcwaga&sourceid=chrome&ie=utf-8](https://www.google.com/search?q=pemanfaatan+bitly&oq=pemanfaatan+bitly+&gs_lcrp=egzjahjvbwuybggaeuyotigcaeqixgn0geinzmlmwowajeoagcwaga&sourceid=chrome&ie=utf-8).

“pemanfaatan teknologi digital google form sebagai daftar hadir dan sekaligus mencetak sertifikat pada kegiatan webinar direktorat ppg,” august 1, 2022. <https://ppg.kemdikbud.go.id/news/pemanfaatan-teknologi-digital-google-form-sebagai-daftar-hadir-dan-sekaligus-mencetak-sertifikat-pad>.

“pengaruh retail intelligence dan innovation melibatkan customer preference melalui customer experience.” *Performance jurnal personalia financial operasional marketing dan sistem informasi*, january 31, 2022. <https://doi.org/10.32424/1.jp.2022.29.1.4985>.

Perdana,angga putera, and irwansyah irwansyah. “implementasi asisten virtual dalam komunikasi pelayanan pelanggan (studi kasus pada layanan pelanggan telkomsel).” *Jurnal komunikasi* 11, no. 2 (december 17, 2019): 183. <https://doi.org/10.24912/jk.v11i2.5491>.

Purba,budiman. “pengaruh public relations terhadap peningkatan pengguna jasa di bandara internasional kualanamu kab. Deli serdang.” *Network media* 1, no. 1 (june 15, 2020). <https://doi.org/10.46576/jnm.v1i1.604>.

Rahmawati,ira, endang larasati, and jl h soedarto. “jurnal artikel proses inovasi pelayanan komunitas digital pemerintah kota semarang ‘semarang digital kreatif (sdk)’ di semarang,” 2016.

Ririen kusumawati. “kecerdasan buatan manusia: artificial intelligence.” *Ulul albab* 9, no. 2 (2008).

Ririh,kirana rukmayuninda, nur laili, adityo wicaksono, and silmi tsurayya. “studi komparasi dan analisis swot pada implementasi kecerdasan buatan (artificial intelligence) di indonesia.” *Jurnal teknik industri* 15, no. 2 (2020).



- Rizqiyah, riza nur, rachmat kriyantono, and anang sujoko. “manajemen media relations dalam meningkatkan citra positif dan reputasi perusahaan di era artificial intelligence.” *Metacommunication: journal of communication studies* 6, no. 1 (march 28, 2021): 53. <https://doi.org/10.20527/mc.v6i1.10135>.
- Roni andespa. “menciptakan nilai untuk nasabah dengan strategi customer relationship marketing.” *Sekolah tinggi ilmu ekonomi riau (stier)*, 2020.
- Rosady ruslan, *manajemen public relations dan media komunikasi : konsepsi dan aplikasi*, 2007.
- Ruslan, ahmad, sugiono sugiono, andi andi, oky firlana, and gery erlangga. “aplikasi canva sebagai media pembelajaran sejarah di abad 21.” *Refleksi edukatika : jurnal ilmiah kependidikan* 13, no. 2 (june 30, 2023): 182–91. <https://doi.org/10.24176/re.v13i2.8403>.
- Satira, arini ulfa, and rossa hidriani. “peran penting public relations di era digital” 1 (2021).
- School of information systems. “chatbot dalam dunia perbankan.” Accessed december 4, 2023. <https://sis.binus.ac.id/2023/04/24/chatbot-dalam-dunia-perbankan/>.
- Seprianus kiding s.b. “penggunaan artificial intelligence dalam dunia pendidikan, antara manfaat dan kontroversinya,” 2017.
- “simplification\_of\_the\_role\_of\_public\_relations.docx,” n.d.
- “snapshot.” Accessed december 3, 2023. <https://www.prezly.com/academy/21-pr-tools-that-will-make-you-say-yay>.
- Soenarko setyodarmodjo, *public relations; pengertian, fungsi, dan peranannya*, n.d.
- Sofyan, 4ntonsofyan@gmail.com, anton. “mengenal aplikasi meeting zoom: fitur dan cara menggunakannya baca selengkapnya di artikel.” Accessed december 6, 2023. <https://smadapa.sch.id/read/7/mengenal-aplikasi-meeting-zoom-fitur-dan-cara-menggunakannya-baca-selengkapnya-di-artikel-mengenal-aplikasi-meeting-zoom-fitur-dan-cara-menggunakannya>.
- Solehsoemirat & elvinaro ardianto, *dasar-dasar public relation*, h.90, n.d.
- Solehsoemirat & elvinaro ardianto, *dasar-dasar public relations*, h. 89, n.d.
- Solichin abdul wahab. “pengantar analisis kebijakan publik,” n.d., h.65.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Suciati, pijar, mareta maulidiyanti, and ngurahangga wiwesa. "the public relations acceptance towards press release application with artificial intelligence." *Communicare: journal of communication studies* 8, no. 1 (june 30, 2021): 20. <https://doi.org/10.37535/101008120212>.
- Syafnidawaty. "data primer." Universitas raharja, november 8, 2020. <https://raharja.ac.id/2020/11/08/data-primer/>.
- Syafnidawaty. "kecerdasan buatan." *Universitas raharja*, november 27, 2020.
- Tartila, muzayyana. "strategi industri perbankan syariah dalam menghadapi era digital." *Jurnal ilmiah ekonomi islam* 8, no. 3 (2022).
- Team, pt ivonesia solusi data website. "tingkatkan kinerja public relations dengan digital listening." Pt. Ivonesia solusi data official website, march 21, 2022. <https://ivosights.com/read/artikel/digital-listening-tingkatkan-kinerja-public-relations-dengan>.
- Teknis praktis riset komunikasi.*, n.d.
- Teknologibank.com. "artificial intelligence untuk perbankan - teknologibank.com." *Teknologibank.com*. Accessed march 3, 2023. <http://teknologibank.com/detailpost/artificial-intelligence-untuk-perbankan>.
- Thurlow, crispin, luara lengel and alice tomic, computer mediated communication: social interaction and the internet, (california:sage publications), 2004.
- Wahyu agus winarno, analisis minat penggunaan mobile banking dengan pendekatan technology acceptance model (tam) yang telah dimodifikasi (analysis behavioral intention to uses of mobile banking technology acceptance model (tam) approach modified), e-journal ekonomi bisnis dan akuntansi, volume iv (1) : 24-29," 2017.
- Wella. Hasil wawancara, november2023.
- Wright, scott a., and ainslie e. Schultz. "the rising tide of artificial intelligence and business automation: developing an ethical framework." *Business horizons* 61, no. 6 (november 2018): 823-32. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.07.001>.
- Yuniarti, yuti. "guidelines for developing an appropriate general english material for higher students: a perspective." *Jurnal rasi* 1, no. 2 (january 9, 2021): 216-23. <https://doi.org/10.52496/rasi.v1i2.50>.

Yusuf, raka, harni kusniyati, and yurike nuramelia. “aplikasi diagnosis gangguan kecemasan menggunakan metode forward chaining berbasis web dengan php dan.” *Jurnal sistem informasi*, 2016.

Zoom blog. “inovasi ai zoom memberdayakan manusia,” february 24, 2023. <https://blog.zoom.us/id/ai-driven-innovations/>.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## RIWAYAT HIDUP



Ziqra Triani Faranabila, lahir di kota Pekanbaru, Provinsi Riau pada tanggal 15 Mei 2002. Penulis lahir dari pasangan Heri dan Erawati dan merupakan anak bungsu dari tiga bersaudara yakni Apt.Evirayuni Puspitasari S.Farm dan Erfina Dwi Meilandati S.Farm.

Pada tahun 2008 penulis masuk Sekolah Dasar Negeri (SDN) 024 Tarai Bangun dan lulus pada tahun 2014.

Kemudian melanjutkan sekolah tingkat pertama pada tahun yang sama di SMP IT Az-Zuhra dan lulus tiga tahun kemudian pada tahun 2017. Selanjutnya masuk pada sekolah menengah akhir di MAN 2 Model Pekanbaru dan lulus pada tahun 2020.

Pada tahun yang sama penulis diterima menjadi mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi pada Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau melalui jalur masuk undangan anak daerah.

Pada masa perkuliahan penulis mengikuti organisasi dan komunitas yang berada dibawah naungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi yaitu SUSKA TV dan Dewan Eksekutif Mahasiswa (DEMA). Selanjutnya mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Mundam, Kota Dumai, Provinsi Riau pada Juli-Agustus 2023.

Seiring dengan berjalannya waktu dengan sesuai target yang diraih pada Tanggal 22 Desember 2023 penulis dinyatakan lulus dan berhak menyandang gelar Sarjana Ilmu Komunikasi melalui Ujian Munaqasyah Jurusan Ilmu Komunikasi ,Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau