Isian Substansi Proposal

**SKEMA PENELITIAN DASAR (PENELITIAN DASAR FUNDAMENTAL DAN PENELITIAN KERJA SAMA ANTAR PERGURUAN TINGGI)**

*Pengusul hanya diperkenankan mengisi di tempat yang telah disediakan sesuai dengan petunjuk pengisian dan tidak diperkenankan melakukan modifikasi template atau penghapusan di setiap bagian.*

|  |
| --- |
| **B. RINGKASAN**  *Isian ringkasan penelitian tidak lebih dari 300 kata yang berisi urgensi, tujuan, metode, dan luaran yang ditargetkan* |
| [Perkembangan kecerdasan buatan (AI) dalam komunikasi publik digital semakin pesat, memungkinkan otomatisasi interaksi, personalisasi pesan, dan analisis data besar dalam berbagai platform digital. AI telah digunakan dalam penyebaran informasi untuk meningkatkan efisiensi komunikasi. Di sisi lain, teknologi ini juga menimbulkan tantangan serius, terutama terkait dengan etika penggunaan, transparansi, dan pengaruhnya terhadap opini publik.  **Urgensi penelitian** ini terletak pada kesenjangan akademik dan regulasi dalam memahami dan mengelola dampak AI dalam komunikasi publik. Meskipun banyak penelitian telah membahas dampak AI, belum ada pendekatan komprehensif yang menawarkan strategi adaptasi yang konkret untuk memastikan komunikasi digital yang lebih transparan dan akuntabel.  **Tujuan penelitian** ini untuk menganalisis tantangan etis yang muncul akibat penggunaan AI dalam komunikasi publik digital, sekaligus mengeksplorasi pengaruh AI terhadap transparansi dan akuntabilitas komunikasi, serta mengembangkan strategi adaptasi dan rekomendasi kebijakan agar AI dapat digunakan secara etis dan tidak manipulatif dalam komunikasi publik.  **Metode penelitian** ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan sumber data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap 10 informan yang terdiri dari akademisi (2 orang), pembuat kebijakan (2 orang), serta praktisi kecerdasan buatan (AI) dalam komunikasi publik (3 orang) dan jurnalis atau pegiat media (3 orang). Data sekunder diperoleh dari dokumen kebijakan, regulasi, laporan riset yang membahas AI dalam komunikasi publik digital. Informan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan mempertimbangkan keahlian dan relevansinya terhadap topik penelitian. Data dikumpulkan melalui studi pustaka, analisis kebijakan, studi kasus platform digital, serta wawancara mendalam. Analisis data dilakukan dengan menggunakan pendekatan analisis tematik, yaitu mengidentifikasi pola, kategori, dan tema yang muncul dari data yang dikumpulkan. Untuk memastikan validitas data kualitatif, triangulasi data dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara dengan studi dokumen dan studi kasus guna memastikan validitas temuan.  **Luaran** penelitian ini adalah satu artikel terbit pada jurnal internasiona bereputasi Q1 (IEEE Open Journal of the Communications Society ] |
| **C. KATA KUNCI**  *Isian 5 kata kunci yang dipisahkan dengan tanda titik koma (;)* |
| [Kecerdasan buatan; Komunikasi publik digital; Disinformasi; Etika AI; Tantangan etis ] |
| **D. PENDAHULUAN**  *Pendahuluan penelitian tidak lebih dari 1000 kata yang memuat, latar belakang, rumusan permasalahan yang akan diteliti, pendekatan pemecahan masalah, state-of-the-art dan kebaruan, peta jalan (road map) penelitian setidaknya 5 tahun. Sitasi disusun dan ditulis berdasarkan sistem nomor sesuai dengan urutan pengutipan.* |
| [Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah merevolusi cara manusia berinteraksi dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam ruang publik (1). Digitalisasi telah memungkinkan komunikasi berlangsung secara lebih cepat, efisien, dan lintas batas geografis, menjadikannya komponen integral dalam pemerintahan, bisnis, dan masyarakat sipil (2,3). Dalam pemerintahan, teknologi digital meningkatkan transparansi serta partisipasi publik dengan memfasilitasi interaksi antara pemerintah dan warga melalui platform daring dan media sosial. Di sektor bisnis, penerapan teknologi digital telah mengubah strategi pemasaran, layanan pelanggan, dan pola interaksi antara perusahaan dan konsumen melalui penggunaan kecerdasan buatan (AI) dan otomatisasi. Pada masyarakat sipil, digitalisasi menciptakan ruang diskusi yang lebih luas, inklusif, dan partisipatif.  Seiring dengan semakin berkembangnya AI, lanskap komunikasi publik mengalami transformasi yang lebih dalam (4). Teknologi ini memungkinkan otomatisasi interaksi, analisis data besar (big data), dan personalisasi pesan secara masif serta *real-time* (5). AI memberikan manfaat signifikan dalam memahami audiens melalui analisis data mendalam, sehingga komunikasi dapat lebih relevan dan tepat sasaran (6–10). Namun, teknologi ini juga menghadirkan tantangan etis yang kompleks, seperti keandalan informasi yang dihasilkan, potensi bias algoritma, serta dampaknya terhadap transparansi dan akuntabilitas komunikasi publik (11,12).  Salah satu tantangan utama yang muncul dalam komunikasi publik berbasis AI adalah disinformasi yang dihasilkan oleh algoritma serta bias dalam sistem otomatisasi komunikasi (13). Selain itu, algoritma yang mengendalikan distribusi informasi sering kali memperkuat bias yang sudah ada, menciptakan ruang gema (*echo chamber*) yang memperkuat pandangan tertentu tanpa memberikan perspektif yang seimbang (14). Tantangan lainnya adalah terkait privasi dan kebebasan berpendapat di ruang digital. Pemanfaatan AI dalam komunikasi publik sering kali melibatkan pengumpulan dan analisis data pribadi dalam skala besar (15–17) Kurangnya literasi digital di kalangan masyarakat menyebabkan ketimpangan akses terhadap informasi dan ketidakmampuan untuk membedakan antara informasi yang valid dan yang menyesatkan.  Selain tantangan di atas, absennya pedoman etis yang jelas dalam penggunaan AI dalam komunikasi publik menjadi masalah serius (18,19). Organisasi, baik di sektor publik maupun swasta, belum memiliki regulasi yang ketat dalam mengontrol penggunaan AI dalam penyampaian informasi. Akibatnya, algoritma dapat digunakan untuk memanipulasi opini publik atau menyebarkan informasi yang tidak akurat, yang pada gilirannya dapat merusak kepercayaan masyarakat terhadap institusi yang seharusnya melayani kepentingan publik. Regulasi yang kurang ketat juga meningkatkan risiko diskriminasi algoritmik, di mana sistem AI mengambil keputusan yang tidak mencerminkan keberagaman perspektif dalam masyarakat.  **State of the Art**  Sejumlah penelitian sebelumnya telah menyoroti berbagai aspek komunikasi digital dan AI dalam konteks komunikasi publik. Misalnya, penelitian oleh Nurfajri et al. (20) membahas dampak algoritma AI terhadap komunikasi publik, khususnya dalam hal manipulasi informasi dan realitas. Floridi & Cowls (21) membahas prinsip-prini etika AI dan dampaknya terahdap masyarakat digital, Dewi et al. (22) mengeksplorasi implementasi teknologi AI dalam Cyber Public Relations, terutama terkait interaksi antara brand dan konsumen, Mittelstadt et al. (23) mengkaji bias dan algoritma AI serta implikasi etisnya dalam komunikasi massa, Zeng, Chan, dan Schafer (24) mengeksplorasi dampak filter bubble dalam algoritma platform digital terhadap opini publik. Terdapat kesenjangan yang signifikan dalam penelitian terkait bagaimana AI dapat diadaptasi secara strategis untuk meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan keadilan dalam komunikasi publik. Sebagian besar penelitian masih berfokus pada dampak AI dalam komunikasi secara umum, tanpa menawarkan solusi konkret untuk menanggulangi tantangan etis dan strategis yang muncul.  **Kebaruan Penelitian**  Penelitian ini menawarkan kebaruan dalam beberapa aspek utama. Pertama, penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi tantangan etis dalam komunikasi publik digital berbasis AI, tetapi juga menawarkan pendekatan strategis untuk mengatasi permasalahan tersebut. Kedua, penelitian ini mengembangkan kerangka kerja adaptasi AI dalam komunikasi publik yang berbasis pada prinsip etika komunikasi, transparansi, dan akuntabilitas. Ketiga, penelitian ini memberikan kontribusi praktis dengan menghasilkan rekomendasi kebijakan yang dapat digunakan oleh pemerintah dan organisasi dalam mengatur penggunaan AI secara lebih etis dan bertanggung jawab.  **Rumusan Masalah**  Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini berupaya menjawab pertanyaan utama berikut:   1. Bagaimana tantangan etis yang muncul akibat penggunaan kecerdasan buatan (AI) dalam komunikasi publik digital? 2. Bagaimana AI memengaruhi transparansi, akuntabilitas, dan integritas komunikasi publik di era digital?   **Tujuan Penelitian**  Penelitian ini bertujuan untuk:   1. Menganalisis tantangan etis yang muncul akibat penggunaan kecerdasan buatan (AI) dalam komunikasi publik digital, termasuk aspek keandalan informasi, bias algoritmik, dan implikasi terhadap kebebasan berpendapat serta privasi. 2. Mengeksplorasi dampak AI terhadap transparansi, akuntabilitas, dan integritas komunikasi publik, dengan meninjau bagaimana teknologi ini digunakan dalam penyebaran informasi serta bagaimana AI dapat memperkuat atau menghambat keterbukaan informasi.   **Pendekatan Pemecahan Masalah**  Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis kritis terhadap kebijakan, studi kasus platform digital, serta wawancara mendalam dengan pakar komunikasi dan etika teknologi. Kerangka analisis akan mengacu pada teori komunikasi publik digital, etika teknologi, serta prinsip tata kelola AI yang bertanggung jawab. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menawarkan analisis kritis tetapi juga solusi implementatif yang dapat diterapkan dalam praktik komunikasi digital.  **Peta Jalan**  Berikut adalah peta jalan penelitian komunikasi bermedia selama lima tahun (2023-2028) dengan fokus pada evolusi media sosial, kecerdasan buatan (AI), dan tantangan etis dalam komunikasi digital.  **A diagram of a company's company  AI-generated content may be incorrect.**  Gambar 1. Peta jalan penelitian  ] |
| **E. METODE**  *Isian metode atau cara untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan tidak lebih dari 1000 kata. Pada bagian metode wajib dilengkapi dengan diagram alir penelitian yang menggambarkan apa yang sudah dilaksanakan dan yang akan dikerjakan selama waktu yang diusulkan. Format diagram alir dapat berupa file JPG/PNG. Metode penelitian harus memuat sekurang-kurangnya prosedur penelitian, hasil yang diharapkan, indikator capaian yang ditargetkan, serta anggota tim/mitra yang bertanggung jawab pada setiap tahapan penelitian. Metode penelitian harus sejalan dengen Rencana Anggaran Biaya (RAB).* |
| [**Desain Penelitian**  Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis kritis dan analisis wacana kritis (Critical Discourse Analysis/CDA) berbasis kerangka Norman Fairclough untuk menelaah bagaimana kecerdasan buatan (AI) membentuk narasi dan struktur komunikasi publik. Pilihan ini didasarkan pada kebutuhan untuk mengungkap relasi kuasa, ideologi, dan dampak etis dari otomatisasi komunikasi dalam ruang publik digital. Analisis ini akan dipadukan dengan pendekatan etika informasi (Information Ethics) yang dikembangkan oleh Luciano Floridi, guna mengevaluasi sejauh mana prinsip moral seperti akuntabilitas, transparansi, dan keadilan diterapkan dalam praktik komunikasi publik berbasis AI.  **Teknik Pengumpulan Data**  Data akan dikumpulkan melalui empat teknik utama:   1. **Wawancara Mendalam; d**ilakukan secara semi-terstruktur terhadap 10 informan yang dipilih secara purposif, mewakili empat kategori aktor utama: akademisi, pembuat kebijakan, praktisi teknologi, dan jurnalis/pegiat media. Setiap informan akan diwawancarai sebanyak tiga kali untuk menggali dinamika pemahaman, praktik, serta perubahan sikap terhadap etika AI dalam komunikasi publik. 2. **Studi Kasus Terfokus; s**tudi kasus mendalam akan dilakukan terhadap dua platform digital yang memanfaatkan AI untuk komunikasi publik. Fokus studi mencakup penggunaan algoritma dalam kurasi konten, otomatisasi interaksi, dan dampaknya terhadap diseminasi informasi dan opini publik. 3. **Analisis Dokumen dan Kebijakan; a**nalisis dilakukan terhadap dokumen regulasi AI di tingkat nasional dan internasional (seperti OECD Principles on AI, EU AI Act draft), serta pedoman komunikasi publik di era digital yang relevan dengan etika dan tata kelola informasi. 4. **Studi Pustaka Terarah;** digunakan untuk membangun kerangka teori dan mengidentifikasi kesenjangan pemikiran (literature gap) antara penggunaan AI dan tata kelola komunikasi publik digital.   **Sumber Data**  Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan sumber data yang terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pakar komunikasi, akademisi, pembuat kebijakan, serta praktisi yang terlibat dalam pengembangan dan implementasi kecerdasan buatan (AI) dalam komunikasi publik. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai dokumen kebijakan, regulasi, laporan riset, serta artikel ilmiah yang membahas dampak AI dalam komunikasi publik digital.  **Informan Penelitian.**  Informan dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan mempertimbangkan keahlian dan relevansi mereka terhadap topik penelitian. Informan yang terlibat meliputi:   1. Akademisi dan peneliti di bidang komunikasi digital dan etika AI sebanyak 2 orang. 2. Pembuat kebijakan dan regulator yang terlibat dalam perumusan regulasi AI dalam komunikasi publik (2 orang nara sumber). 3. Praktisi teknologi dan AI, termasuk pengembang algoritma dan analis data dari perusahaan teknologi dengan wawancara kepada 3 nara sumber. 4. Jurnalis dan pegiat media, yang memiliki pengalaman dalam menghadapi tantangan disinformasi berbasis AI melibatkan orang nara sumber.   Total informan adalah 10 orang. Untuk memperoleh jawaban yang akurat dan mendalam maka paling tidak wawancara dilakukan minimal tiga kali untuk masing-masing informan. Maka, total wawancara adalah terhadap 10 informan adalah 10 x 3 = 30 kali.  **Penyajian Data**  Data yang diperoleh dari wawancara dan studi dokumen akan disajikan dalam bentuk transkrip wawancara, ringkasan hasil analisis dokumen, serta deskripsi temuan dari studi kasus. Hasil penelitian juga akan dikategorikan berdasarkan tema utama yang muncul dari proses analisis data, seperti tantangan etis, dampak AI terhadap transparansi komunikasi publik, serta strategi adaptasi yang dapat diterapkan.  **Analisis Data**  Analisis data dilakukan dengan menggunakan pendekatan analisis tematik, yaitu mengidentifikasi pola, kategori, dan tema yang muncul dari data yang dikumpulkan. Langkah-langkah analisis mencakup:   1. Reduksi Data – menyaring dan merangkum informasi yang paling relevan dengan fokus penelitian. 2. Kategorisasi – mengelompokkan data berdasarkan isu utama yang ditemukan dalam wawancara dan studi dokumen. 3. Interpretasi – menghubungkan temuan dengan teori komunikasi publik digital dan etika AI untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam. 4. Triangulasi Data – membandingkan hasil wawancara dengan studi dokumen dan studi kasus guna memastikan validitas temuan.   **Diagaram Alur Penelitian**    Gambar 2. Diagaram alur penelitian  **Indikator Capaian**  Indikator capaian penelitian ini disusun untuk mengukur tingkat keberhasilan dan ketercapaian tujuan penelitian secara kualitatif, sesuai dengan pendekatan analisis kritis terhadap dinamika komunikasi publik digital di era kecerdasan buatan. Indikator capaian tersebut dijelaskan sebagai berikut:   1. Terciptanya pemetaan konseptual yang komprehensif tentang komunikasi publik digital di era kecerdasan buatan. Penelitian ini akan menghasilkan deskripsi mendalam mengenai transformasi pola komunikasi publik yang dipengaruhi oleh integrasi teknologi AI, baik dari sisi bentuk pesan, medium komunikasi, maupun partisipasi publik. 2. Terdokumentasikannya tantangan-tantangan etis yang muncul akibat pemanfaatan AI dalam komunikasi publik. Penelitian ini diharapkan mampu mengidentifikasi dan mengklasifikasi isu-isu etis seperti manipulasi algoritma, penyebaran disinformasi otomatis, bias data, hingga pelanggaran privasi yang relevan dalam konteks komunikasi publik berbasis teknologi AI. 3. Dihasilkannya analisis kritis terhadap respons dan strategi adaptif para aktor komunikasi publik (lembaga pemerintah, media, influencer, LSM). Capaian ini mencerminkan kontribusi teoretis dalam melihat bagaimana aktor-aktor tersebut menavigasi risiko etis dan menyesuaikan praktik komunikasi mereka dalam ekosistem digital yang didukung AI. 4. Tersusunnya kerangka rekomendasi etis dan strategis untuk komunikasi publik digital berbasis AI. Penelitian ini akan menyarankan prinsip-prinsip atau panduan etis yang dapat dijadikan acuan dalam menyelenggarakan komunikasi publik yang bertanggung jawab dan adaptif terhadap perkembangan teknologi AI. 5. Kontribusi pada pengembangan kajian komunikasi digital dan etika media di tingkat akademik. Melalui publikasi ilmiah dan diseminasi hasil penelitian, studi ini akan memperkaya literatur akademik dalam bidang komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan interseksi antara teknologi canggih, etika, dan strategi komunikasi publik. ] |
| **F. HASIL YANG DIHARAPKAN**  *Jelaskan hasil yang diharapkan atau luaran yang dijanjikan dari penelitian* |
| [Hasil utama dari penelitian ini adalah publikasi ilmiah dalam jurnal internasional bereputasi Q1. Jurnal yang akan dituju adalah IEEE Open Journal of the Communications Society ] |
| **G. JADWAL PENELITIAN**  *Jadwal penelitian disusun berdasarkan pelaksanaan penelitian dan disesuaikan berdasarkan lama tahun pelaksanaan penelitian* |
| [Tahun ke-1   | **No** | **Tahapan Penelitian** | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | 1 | Penyusunan proposal | ✅ | ✅ | ✅ |  |  |  |  |  |  |  |  |  | | 2 | Upload proposal |  |  | ✅ | ✅ |  |  |  |  |  |  |  |  | | 3 | Pengumpulan data (wawancara dll) |  |  |  | ✅ | ✅ | ✅ | ✅ |  |  |  |  |  | | 4 | Analisis data dan sintesis temuan |  |  |  |  |  | ✅ | ✅ | ✅ | ✅ |  |  |  | | 5 | Penyusunan laporan penelitian |  |  |  |  |  |  | ✅ | ✅ | ✅ | ✅ |  |  | | 6 | Penyusunan artikel jurnal dan publikasi |  |  |  |  |  |  |  | ✅ | ✅ | ✅ |  |  | | 7 | Diseminasi hasil penelitian (seminar) |  |  |  |  |  |  |  |  | ✅ | ✅ | ✅ |  | | 8 | Revisi akhir dan pelaporan akhir penelitian |  |  |  |  |  |  |  |  |  | ✅ | ✅ | ✅ |   Tahun ke-n   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | No | Nama Kegiatan | Bulan | | | | | | | | | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | | 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | | dst. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |   ] |
| **H. DAFTAR PUSTAKA**  *Sitasi disusun dan ditulis berdasarkan sistem nomor sesuai dengan urutan pengutipan. Hanya pustaka yang disitasi pada usulan penelitian yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka.* |
| [1. Marolla C. Information and communication technology for sustainable development. CRC Press; 2018.  2. Haryati N, Irwandi P, Nurirrozak MZ, Wavi MN, Az-Zahra HM. Pendampingan Pemanfaatan Aplikasi Teman Tani Pintar Sebagai Media Percepatan Komunikasi Pada Penyuluhan Petani Di Era Transformasi Digital. JMM (Jurnal Masy Mandiri). 2024;8(1):1326–35.  3. Ariyaningsih S, Andrianto AA, Kusuma AS, Prastyanti RA. Korelasi Kejahatan Siber dengan Percepatan Digitalisasi di Indonesia. Justisia J Ilmu Huk. 2023;1(1):1–11.  4. Hugo S. Gereja Sebagai Public Space: Sebuah Eksplorasi Teologis Pergeseran Pola Komunikasi Era Digital di GKI Pahlawan Magelang.  5. Yue J. RETRACTED: Research on the Development Trend of Industrial Automation Control Technology Based on Big Data Analysis. In: Journal of Physics: Conference Series. IOP Publishing; 2020. p. 22116.  6. Dolunay A. Original research article the use of artificial intelligence in the field of communication: A research on the perspectives of communication academics. J Auton Intell. 2024;7(5):1–10.  7. Yudie Aprianto. Pemanfaatan AI dalam Komunikasi Bisnis sebagai Upaya Meningkatkan Kinerja Pegawai. J Pengabdia West Sci. 2024;3(09):1112–7.  8. Munir MNI, Majid MH. Manfaat Artificial Intelligence dalam Pembelajaran dan Pendidikan Agama Islam. Mauriduna J Islam Stud. 2024;5(2):735–49.  9. Firdaus A. Implementasi Artificial Intelligence dalam Rekrutmen: Manfaat dan Tantangan di Industri 4.0. J-MAS (Jurnal Manaj dan Sains). 2024;9(2):1615–21.  10. Nuraini R. Respon Khalayak pada Penerapan Artificial Intelligence dalam Industri Komunikasi: Studi Kasus Presenter Buatan oleh tvOne. JCommsci-Journal Media Commun Sci. 2024;7(1):34–48.  11. Kadish Y, Schön J, Green J, Hanson S, Kuhn J. Psychotherapy in the age of technology: the ethical challenges of online treatments for South African clinicians. Psycho-analytic Psychother South Africa. 2018;26(1):30–53.  12. Ijaiya H. Balancing Data Privacy and Technology Advancements: Navigating Ethical Challenges and Shaping Policy Solutions. J homepage www ijrpr com ISSN. 2582:7421.  13. Nallasamy A. The Pervasive Threat of Fake News and Disinformation in the Digital Age: Challenges and Solutions. In: South Asian Journal of Social Studies and Economics. 2024. p. 1–5.  14. Cinelli M, De Francisci Morales G, Galeazzi A, Quattrociocchi W, Starnini M. The echo chamber effect on social media. Proc Natl Acad Sci. 2021;118(9):e2023301118.  15. Wardhana AWP, Tiara ATL, Sugihartati R, Asmiyanto T, Wibowo MP. Paradigma kebebasan Berpendapat: Anonimitas, Budaya Partisipasi, dan Dominasi Subyektivitas Pengetahuan di Ruang Digital. J Abdi Insa. 2024;11(1):913–22.  16. Utari FC. Anominitas Dan Kebebasan Berpendapat Di Media Sosial. J Dialogos. 2024;1(2):1–9.  17. Remanu A, Purwanto C, Fajri N, Lukman F. Analisis Implikasi UU ITE Terhadap Kebebasan Berekspresi di Ruang Digital: Studi Kasus Greenpeace Indonesia. J ISO J Ilmu Sos Polit dan Hum. 2024;4(2):11.  18. Adzan GE, Azhar A. Etika Penggunaan Artificial Intelligence dalam Penulisan Karya Ilmiah. J Penelit Inov. 2024;4(4):2297–308.  19. Cahyono NF, Mukaromah S. Etika penggunaan kecerdasan buatan pada teknologi informasi. In: Prosiding Seminar Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi. 2023. p. 482–91.  20. Nurfajri I, Pratama ETH, Tupamahu GS, Saputra R, Erwina Y. Dampak Algoritma AI terhadap Komunikasi Publik: Memahami Manipulasi Informasi dan Realitas. CONVERSE J Commun Sci. 2025;1(3):13.  21. Floridi L. The ethics of artificial intelligence: Principles, challenges, and opportunities. 2023;  22. Dewi RDLP, Mantu PI, Saktisyahputra S, Andamisari D. Implementasi Teknologi AI Dalam Cyber Public Relations: Studi Terhadap Interaksi Brand dan Konsumen. J Rev Pendidik dan Pengajaran. 2024;7(4):16101–6.  23. Mittelstadt BD, Allo P, Taddeo M, Wachter S, Floridi L. The ethics of algorithms: Mapping the debate. Big Data Soc. 2016;3(2):2053951716679679.  24. Zeng J, Chan C hong, Schäfer MS. Contested Chinese dreams of AI? Public discourse about artificial intelligence on WeChat and People’s Daily Online. Information, Commun Soc. 2022;25(3):319–40 ] |