

Profesionalisme Public Relations Officers Terhadap Kualitas Pelayanan Era Artificial Intelligence

Naila Desri Anjani

Universitas Negeri Jakarta

nailadesrianjani_1709621014@mhs.unj.ac.id

Christian Wiradendi Wolor

Universitas Negeri Jakarta

christianwiradendi@unj.ac.id

Marsofiyati

Universitas Negeri Jakarta

marsofiyati@unj.ac.id

Abstract. *This research aims to analyze the influence of communication competence, organizational culture, and professionalism of public relations officers on the quality of public service in the era of artificial intelligence. The study employs a quantitative method through descriptive analysis, and data collection is conducted online by distributing questionnaires using the Microsoft Forms platform with a Likert scale ranging from 1 to 5. Purposive Sampling is used as the sampling technique, and a total of 100 respondents aged 17-30 who have undergone internship or are currently employed were obtained. The data is processed using the SmartPLS application program with SEM. The research findings indicate that communication competence has a significant impact on the quality of public service. When someone chooses words carefully and treats others with courtesy, it can build trust, respect, and comfort in social interactions. Organizational culture also plays a crucial role in the quality of public service by fostering trust, mutual respect, and cooperation among employees. The study concludes that the professionalism of PROs influences the quality of public service. If the professionalism of PROs improves, the level of service quality will be high, and conversely, if it decreases, the level of service quality will also decline..*

Keywords: *Artificial Intelligence, Communication Competency, Organizational Culture, Professionalism Public Relations Officers, Quality of Public Services*

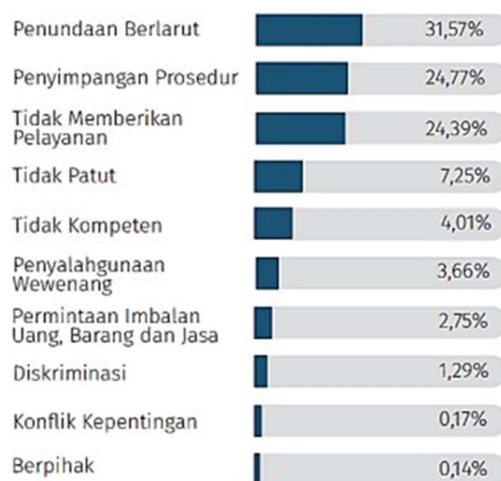
Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel kompetensi komunikasi, budaya organisasi, dan profesionalisme public relations officers terhadap kualitas pelayanan publik pada era artificial intelligence. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif melalui analisis deskriptif, serta metode pengumpulan data dilakukan secara online dengan menyebarkan kuesioner menggunakan Platform Microsoft Forms dengan skala Likert 1 sampai 5. Teknik pengambilan sampel menggunakan Purposive Sampling dan diperoleh 100 responden yang berkriteria umur 17-30 dan pernah melakukan magang atau yang sudah bekerja. Diolah menggunakan program aplikasi SmartPLS dengan Structural Equation Modeling (SEM). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan publik. Saat seseorang memilih kata dengan hati-hati dan memperlakukan orang lain dengan sopan, hal ini dapat membangun kepercayaan, rasa hormat, dan kenyamanan dalam interaksi sosial. Budaya organisasi juga memiliki peran penting dalam kualitas pelayanan publik karena mendorong kepercayaan, saling menghormati, dan kerja sama di antara karyawan. Profesionalisme public relations officers juga disimpulkan secara positif dan signifikan memengaruhi kualitas pelayanan publik. Apabila profesionalisme PRO mengalami peningkatan, maka tingkat kualitas pelayan akan tinggi dan sebaliknya apabila mengalami penurunan, maka tingkat kualitas pelayanan akan ikut menurun juga.

Kata kunci: Artificial Intelligence, Budaya Organisasi, Kompetensi Komunikasi, Kualitas Pelayanan Publik, Profesionalisme Public Relations Officers.

LATAR BELAKANG

Pemerintah sering menghadapi masalah dengan sumber daya manusia saat mengelola pelayanan publik. Perilaku birokrat yang tidak patuh mengikuti ketentuan hukum dan regulasi yang berlaku dapat mempengaruhi kualitas pelayanan publik. Oleh karena itu, upaya perbaikan terus dilakukan, peningkatan sumber daya manusia dan profesionalitas pegawai harus diperhatikan. Akses dan distribusi pelayanan yang terbatas merupakan permasalahan umum yang kerap muncul dalam pelayanan publik. Ini dapat terjadi karena lokasi, infrastruktur yang tidak memadai, atau kurangnya koordinasi antar instansi pemerintah. Pemerintah harus meningkatkan distribusi dan penyediaan pelayanan publik agar dapat mencapai seluruh lapisan masyarakat.

Undang-undang mewajibkan peningkatan pelayanan publik melalui optimalisasi teknologi informasi dan media sosial. Namun, masih ada hambatan dalam akses dan penggunaan teknologi informasi yang mempengaruhi kemampuan komunikasi PRO. Jika masyarakat tidak dapat mengakses informasi atau berkomunikasi dengan pemerintah melalui platform digital, komunikasi antara masyarakat dan pemerintah akan terhambat. Keahlian dan profesionalisme sumber daya manusia sangat penting untuk penyelenggaraan pelayanan publik, tetapi masih ada hambatan untuk meningkatkan sumber daya manusia dan profesionalitas pegawai. PRO mungkin tidak dapat memberikan layanan masyarakat yang efektif dan efisien jika mereka tidak mampu menghadapi perkembangan teknologi AI.



Sumber: Laporan Tahunan Ombudsman RI 2021

Gambar 1. Klasifikasi Masalah Pelayanan Publik

Pemerintah Indonesia harus melakukan reformasi birokrasi untuk memperbaiki pelayanan publik karena masalah-masalah di atas. Reformasi birokrasi adalah upaya untuk membarui dan mengubah sistem manajemen pemerintahan, terutama dalam hal penyelenggaraan pelayanan publik yang baik. Indonesia sedang melakukan reformasi birokrasi dengan mengubah sistem pemerintahannya menjadi *e-government*, di mana semua kegiatan pemerintahan dilakukan melalui teknologi informasi dan komunikasi. Perubahan tata kelola sistem ini membutuhkan pemerintahan yang bersih dan transparan yang dapat secara efektif menanggapi tuntutan perubahan. Langkah untuk mengembangkan sistem pemerintahan berbasis elektronik dengan maksud meningkatkan mutu pelayanan publik dikenal sebagai *e-government*.

Masyarakat sangat bertanggung jawab atas penyelenggaraan pelayanan publik, tetapi mereka sering kali kurang aktif dalam menyampaikan kritik, keluhan, atau masukan. Untuk membuat pemerintah lebih responsif terhadap kebutuhan dan harapan masyarakat, diperlukan upaya untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengawasan pelayanan publik. Suatu metode untuk meningkatkan mutu pelayanan publik adalah dengan menggunakan teknologi informasi, seperti media sosial dan situs web pemerintah berbasis web. Namun, masih ada beberapa lembaga pemerintah yang belum menggunakan teknologi informasi dengan baik untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas layanan mereka kepada masyarakat (Utami, 2020).

Di tengah persaingan ketat dalam industri media massa, kebutuhan bagi media massa untuk terus berinovasi dan mengadopsi teknologi terkini, khususnya artificial intelligence (AI), menjadi suatu keharusan. Pertumbuhan pesat penggunaan teknologi AI di Asia Tenggara, dengan Indonesia sebagai pemimpin tren positif, sesuai dengan hasil survei prospek AI di wilayah tersebut oleh SAS dan IDP Asia atau Pasifik pada tahun 2008. Oleh karena itu, analisis, kebijakan, dan strategi dalam industri media massa dapat disesuaikan agar tetap relevan dengan perkembangan teknologi tersebut.

Berdasarkan konteks tersebut, penulis tertarik untuk menjalankan penelitian mengenai model industri media massa dalam era kemajuan artificial intelligence. Seperti yang diungkapkan Gourley (2018), kemampuan unik AI dalam menyediakan penelitian mendalam bahwa “Hal yang paling menarik tentang AI bukanlah kemampuannya untuk meniru kecerdasan manusia, melainkan kemampuannya untuk melihat dunia secara berbeda dari yang kita lihat.” AI dapat diproses dan diidentifikasi, sehingga memungkinkan perusahaan untuk

merespons potensi bahaya dan situasi sulit dalam komunikasi yang dapat berdampak pada citra bisnis mereka.

Sebanyak 19% responden berpendapat bahwa pekerjaan di bidang PR yang melibatkan komunikasi langsung, seperti presentasi, diyakini memiliki kemungkinan kecil untuk dapat digantikan oleh teknologi big data dan AI. “Dalam menunjang pekerjaan presentasi, terdapat perangkat AI yang tersedia saat ini memiliki kemampuan untuk mengintegrasikan konten presentasi, agar menjadi lebih menarik dan tidak membosankan. Dengan perangkat ini, presentasi tidak akan membosankan. Terlepas dari teknologi yang tersedia, peran manusia yang bertemu langsung tetap menjadi inti dari pekerjaan ini”. Responden Head of Corporate Communications BUMN.

Di dunia yang terus berkembang saat ini, teknologi informasi dan komunikasi berkembang secara pesat. AI mengubah cara kita sebagai manusia berinteraksi dengan teknologi dan berdampak pada banyak sektor, termasuk layanan publik. PRO bertanggung jawab untuk menjembatani komunikasi antara lembaga dan organisasi pemerintah serta masyarakat dan pemangku kepentingan. Dengan berkembangnya AI dan teknologi komunikasi, peran PRO dalam menjaga hubungan baik dengan masyarakat menjadi semakin penting.

Dalam konteks pelayanan publik, budaya organisasi yang mendukung kolaborasi dan profesionalisme tinggi dalam public relations untuk membantu meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada masyarakat. Transformasi digital juga mendorong sektor pelayanan publik untuk mengadopsi teknologi dan proses baru untuk meningkatkan kualitas layanan. Namun, efektivitas transformasi ini juga sangat bergantung pada kemampuan PRO dalam berkomunikasi dengan masyarakat. Kualitas pelayanan publik harus mencerminkan kebutuhan dan harapan masyarakat yang semakin meningkat dengan tetap menjaga dimensi kemanusiaan dalam berhubungan dengan masyarakat (Mikáčová & Gavlaková, 2014).

KAJIAN TEORITIS

Menurut Spitzberg dan Cupach (1989), diungkapkan bahwa kemampuan komunikasi melibatkan aspek interpersonal, di mana seseorang melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya untuk mencapai tujuan organisasi dengan efektif dalam berkomunikasi, serta mematuhi norma-norma komunikasi yang terdiri dari keterampilan, pengetahuan, dan motivasi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kompetensi komunikasi mencakup

kemampuan seseorang untuk berkomunikasi secara efektif dengan orang lain, menunjukkan interaksi yang memadai, tepat, dan dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

Robbins (1996) menyatakan bahwa budaya organisasi menciptakan perbedaan yang jelas antara satu organisasi dengan yang lain, membentuk identitas bagi anggota organisasi, dan berfungsi sebagai mekanisme pembuat makna dan pengendalian yang membimbing serta membentuk sikap dan perilaku karyawan. Oleh karena itu, budaya organisasi merupakan suatu sistem nilai, kepercayaan, dan kebiasaan yang saling berinteraksi di dalam kelompok orang atau organisasi. Peran budaya organisasi sangat penting dalam mendukung terciptanya suatu organisasi yang efektif.

Frank Jefkins (2003) berpendapat bahwa public relations adalah segala bentuk komunikasi yang terencana, baik keluar maupun masuk, antara suatu organisasi dan publiknya, dengan tujuan mencapai tujuan spesifik berdasarkan saling pengertian yang mencakup semua bentuk komunikasi yang direncanakan antara organisasi dan publiknya. Maka, dapat disimpulkan profesionalisme public relations officers adalah kemampuan dan perilaku seorang pekerja hubungan masyarakat yang menjalankan tugasnya dengan etika, integritas, komunikasi yang efektif, serta keahlian dalam membangun dan memelihara hubungan yang positif antara suatu organisasi dan publiknya.

Menurut Goetsch dan Davis (1994), kualitas merupakan suatu keadaan dinamis yang terkait dengan produk, layanan, manusia, dan proses lingkungan, yang memenuhi atau bahkan melampaui harapan. Seiring itu, Gronroos (2000) menyatakan bahwa pelayanan publik adalah produk suatu organisasi yang ditujukan untuk institusi tertentu guna memenuhi kebutuhan masyarakat, baik berupa jasa maupun barang. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan publik merujuk pada tingkat keunggulan dan kepuasan yang diberikan oleh lembaga atau instansi pemerintah kepada masyarakat melalui penyediaan layanan, fasilitas, atau dukungan.

Pandangan H. A. Simon (1987) mendefinisikan artificial intelligence (AI) sebagai wilayah penelitian, aplikasi, dan instruksi yang terkait dengan pemrograman komputer untuk mengeksekusi tugas-tugas yang, dalam perspektif manusia, dianggap cerdas. Oleh karena itu, dapat disarikan bahwa artificial intelligence (AI) merupakan cabang ilmu komputer yang fokus pada pengembangan sistem komputer yang mampu melaksanakan tugas-tugas yang umumnya memerlukan kecerdasan manusia.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nursalam Harianja (2020), dengan judul penelitian “Pengaruh Kompetensi Komunikasi dan Profesionalisme Public Relations Officers Terhadap Kualitas Layanan Kehumasan di Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia Perwakilan Provinsi Sumatera Utara”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kompetensi komunikasi dan profesionalisme PRO terhadap kualitas layanan kehumasan di Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia (BPK RI) Perwakilan Provinsi Sumatera Utara. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori kompetensi komunikasi yang digagas oleh Slocum dan Hellriegel (2009), teori profesionalisme public relation officers (PRO) yang digagas oleh Richard Hall (2018) serta pelayanan prima yang digagas oleh Atep Adya Barata.

Berdasarkan deskripsi konseptual dan kerangka teoritik yang menjadi landasan dalam penelitian ini, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. H1: Kompetensi komunikasi secara positif dan signifikan memengaruhi public relations officers dalam memberikan kualitas pelayanan kepada publik.
2. H2: Budaya organisasi secara positif dan signifikan memengaruhi public relations officers dalam memberikan kualitas pelayanan kepada publik.
3. H3: Profesionalisme public relations officers disimpulkan secara positif dan signifikan memengaruhi kualitas pelayanan publik. Apabila profesionalisme PRO peningkatan, maka tingkat kualitas pelayan akan tinggi dan sebaliknya apabila profesionalisme PRO mengalami penurunan, maka tingkat kualitas pelayanan akan ikut menurun juga.
4. H4: Kualitas pelayanan publik disimpulkan secara positif dan signifikan memengaruhi PRO pada era artificial intelligence.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, di mana survei dilakukan terhadap responden yang terlibat dalam studi yaitu responden yang pernah magang atau sedang bekerja. Dalam desain penelitian ini, peneliti mengumpulkan data mengenai bagaimana responden mempersepsikan pengaruh kompetensi komunikasi, budaya organisasi, dan profesionalisme public relations officers terhadap kualitas pelayan publik.

Menurut Sugiyono (2018), populasi merujuk pada suatu area generalisasi melibatkan objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas khusus yang telah ditentukan oleh

peneliti untuk tujuan studi, dan hasil dari penelitian ini kemudian digunakan untuk menarik kesimpulan.

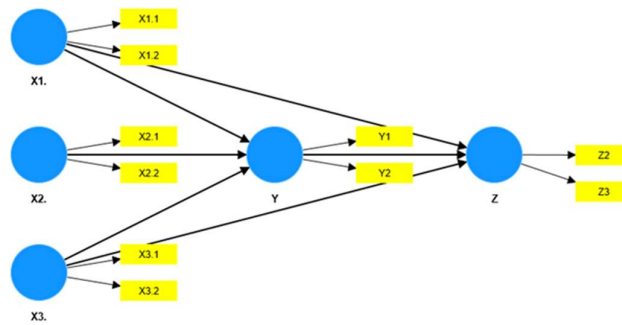
Sesuai dengan Arikunto (2012), jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, seluruh populasi diambil sebagai sampel; namun, jika populasinya lebih dari 100 orang, dapat diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya. Dalam penelitian ini, karena jumlah populasinya kurang dari 100 orang, penulis memilih untuk menggunakan seluruh populasi sebagai sampel tanpa melakukan penarikan sampel sebagai unit observasi, yang dikenal sebagai teknik sensus. Sampel diperoleh melalui teknik Purposive Sampling, di mana pemilihan responden didasarkan pada sejumlah kriteria yang telah ditetapkan, yaitu mereka yang pernah magang atau sedang bekerja.

Data diperoleh melalui distribusi kuesioner secara online kepada responden yang memiliki pengalaman magang atau sedang bekerja. Kuesioner tersebut dirancang untuk menghimpun data mengenai pandangan responden terhadap kemampuan komunikasi, budaya organisasi, dan profesionalisme PRO, serta dampaknya terhadap kualitas layanan publik. Kuesioner ini terdiri dari serangkaian pertanyaan yang telah dirancang dengan cermat, menggunakan skala Likert untuk menilai sejauh mana setiap responden setuju atau tidak setuju dengan pernyataan terkait variabel penelitian. Sebelum kuesioner diedarkan, langkah-langkah telah diambil untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan valid dan dapat diandalkan dalam mengumpulkan data yang akurat. Validitas diuji melalui analisis faktor eksploratori (EFA), sementara reliabilitas diukur dengan koefisien Alpha Cronbach.

Data yang terkumpul melalui kuesioner akan dianalisis dengan menggunakan metode statistik deskriptif dan analisis regresi, kemudian hasilnya akan diproses dengan menggunakan Microsoft Excel. Metode statistik deskriptif akan digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan menganalisis distribusi variabel penelitian. Di sisi lain, analisis regresi akan digunakan untuk menguji hipotesis penelitian dan mengevaluasi pengaruh kompetensi komunikasi, budaya organisasi, dan profesionalisme PRO terhadap kualitas layanan publik di era kecerdasan buatan. Analisis statistik tambahan, seperti analisis korelasi, juga akan dilakukan untuk mengeksplorasi hubungan antar variabel penelitian. Semua data yang terkumpul dari kuesioner akan diolah dengan menggunakan perangkat lunak statistik seperti SmartPLS atau Structural Equation Modeling (SEM), atau program serupa yang sesuai.

Melalui proses literasi algoritma, parameter model pengukuran (convergent validity, discriminant validity, composite reliability dan Cronbach's Alpha) diperoleh, termasuk R2

sebagai parameter ketepatan prediksi. Outer Model digunakan untuk menguji validitas variabel dan reliabilitas instrumen. Setiap variabel laten harus dapat menjelaskan varian indikator masing-masing setidaknya sebesar 50%. Oleh karena itu, korelasi absolut antara variabel laten dan indikatornya harus $> 0,7$ (nilai absolut loadings baku bagian luar atau disebut outer loadings). Sedangkan untuk indikator reflektif sebaiknya dihilangkan dari model pengukuran jika mempunyai nilai loadings baku bagian luar dibawah 0,4.



Sumber: Data diolah oleh peneliti

Gambar 2. Outer Model

Berdasarkan gambar tersebut, dapat diketahui bahwa hasil menunjukkan keseluruhan item indikator pada variabel kompetensi komunikasi, budaya organisasi, profesionalisme PRO, kualitas pelayanan publik, dan artificial intelligence memiliki nilai di atas 0.500 sehingga outer loading bersifat valid. Artinya seluruh variabel konstruk layak untuk dilakukan pengujian selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

a. Convergent Reliability

Outer Loadings merupakan koefisien regresi antara indikator yang digunakan dalam analisis faktor konfirmatori (CFA) dan faktor laten yang diukur oleh indikator tersebut. Apabila nilai *loading* faktor lebih besar dari 0,7 maka dapat dikatakan berdasar (*valid*).

Tabel 1. Outer Loadings

Outer Loadings	
X1.1 <- X1.	0.830
X1.2 <- X1.	0.910
X2.1 <- X2.	0.713
X2.2 <- X2.	0.970
X3.1 <- X3.	0.921
X3.2 <- X3.	0.786
Y1 <- Y	0.879
Y2 <- Y	0.755
Z2 <- Z	0.875
Z3 <- Z	0.826

Berdasarkan tabel di atas tersebut, masing-masing indikator menunjukkan nilai outer loading $> 0,7$ dan tidak menunjukkan adanya indikator dengan nilai outer loading $< 0,5$. Maka hal tersebut dapat menyatakan bahwa setiap indikator dari penelitian ini dikatakan baik atau valid dengan validitas konvergen.

b. Discriminant Validity

Discriminant validity adalah salah satu aspek pengukuran kualitas konstruk dalam analisis faktor konfirmatori (CFA) dalam SmartPLS. Hal ini mengacu pada kemampuan konstruk yang berbeda untuk secara efektif membedakan satu sama lain dalam suatu model pengukuran.

Tabel 2. Discriminant Validity

	X1.	X2.	X3.	Y	Z
X1.					
X2.	0.544				
X3.	0.715	0.493			
Y	0.672	0.773	0.641		
Z	0.758	0.350	0.872	0.883	

Berdasarkan hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa discriminant validity sudah memenuhi syarat atau kriteria validitas yang baik.

c. AVE

AVE adalah ukuran statistik yang digunakan untuk mengukur konstruk reflektif atau variabel laten dalam model SEM. Jika nilai AVE suatu konstruk reflektif melebihi 0,5, maka konstruk tersebut dianggap memiliki validitas yang baik.

Tabel 3. Average Variance Extracted

Average Variance Extracted (AVE)	
X1.	0.758
X2.	0.616
X3.	0.733
Y	0.671
Z	0.724

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas, maka dapat disimpulkan bahwa semua konstruk variabel penelitian di atas telah memenuhi kriteria validitas yang baik. Hal ini ditunjukkan dengan nilai AVE di atas 0,5 sebagai syarat atau kriteria yang direkomendasikan.

d. Composite Reliability

Composite Reliability (CR) adalah salah satu metrik untuk mengukur reliabilitas atau konsistensi dari konstruk yang diukur dalam analisis pemodelan persamaan struktural (SEM). CR berkisar antara 0 hingga 1, dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan reliabilitas yang lebih tinggi. Nilai CR yang diterima umum adalah minimal 0,7, yang menunjukkan tingkat reliabilitas yang baik.

Tabel 4. Composite Reliability

Composite Reliability	
X1.	0.862
X2.	0.748
X3.	0.845
Y	0.802
Z	0.840

Berdasarkan data yang telah disajikan pada tabel di atas, maka dapat disimpulkan bahwa nilai composite reliability dari seluruh variabel penelitian > 0,7. Hasil ini menunjukkan bahwa setiap variabel telah memenuhi composite reliability sehingga memiliki reliabilitas yang tinggi.

e. Cronbach’s Alpha

Cronbach’s Alpha adalah sebuah metrik yang digunakan untuk mengukur reliabilitas atau konsistensi internal dari sebuah skala pengukuran atau instrumen. Cronbach’s Alpha digunakan untuk mengevaluasi reliabilitas

konstruk atau dimensi. Ini dapat digunakan untuk menguji apakah item-item dalam dimensi yang sama berhubungan satu sama lain secara konsisten atau tidak.

Tabel 5. Cronbach's Alpha

Cronbach's Alpha	
X1.	0.947
X2.	0.885
X3.	0.851
Y	0.919
Z	0.820

Berdasarkan data yang telah diolah tersebut, maka dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha dari masing-masing variabel penelitian ini memiliki nilai $> 0,7$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel penelitian telah memenuhi syarat karena jika nilai Cronbach's Alpha di atas 0,7 dianggap cukup baik meskipun standar dapat bervariasi tergantung pada konteks penelitian dan disiplin ilmu yang relevan. Sedangkan, jika nilai Cronbach's Alpha rendah, maka perlu dilakukan evaluasi lebih lanjut untuk memahami sumber ketidakkonsistensi dan memperbaiki instrumen pengukuran jika diperlukan.

f. R-Square

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak yaitu aplikasi SmartPLS 4 versi 4.0.9.3 diperoleh nilai R-Square sebagai berikut:

Tabel 6. R-Square

R-Square	
Y	0.525
Z	0.485

Dapat dikatakan nilai kuat jika $> 0,67$ dan moderat jika $> 0,33$ serta lemah jika $> 0,19$. Berdasarkan hasil di atas, maka dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini memiliki nilai moderat.

g. F-Square

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak yaitu aplikasi SmartPLS 4 versi 4.0.9.3 diperoleh nilai F-Square sebagai berikut:

Tabel 7. F-Square

F-Square	
X1. -> Y	0.164
X2. -> Y	0.115
X3. -> Y	0.550
Y -> Z	0.141

Dapat dikatakan nilai tinggi jika 0,35 dan sedang jika 0,15 serta lemah jika 0,02. Nilai yang kurang dari 0,02 dapat diabaikan atau dianggap tidak berpengaruh.

h. Analisis Hasil Uji Hipotesis

Path Coefficient dihitung sebagai koefisien regresi antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam model SmartPLS, *Path Coefficient* diperoleh melalui analisis PLS, yang menggabungkan pendekatan komponen utama dan regresi parsial. Pendekatan ini memungkinkan penilaian simultan terhadap konstruk yang kompleks dengan jumlah sampel yang relatif kecil.

Tabel 8. Path Coefficient

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X1. -> Y	-0.051	-0.042	0.091	3.362	0.001
X2. -> Y	0.257	0.266	0.078	3.302	0.001
X3. -> Y	0.621	0.608	0.081	7.714	0.000
Y -> Z	0.392	0.401	0.093	4.223	0.000

2. PEMBAHASAN

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan oleh peneliti, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima. Berikut disajikan hasil pembahasan dari masing-masing hipotesis.

a. H1: Kompetensi Komunikasi Terhadap Kualitas Pelayanan Publik

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan, ditemukan bahwa pada variabel Kompetensi Komunikasi paling tinggi dipengaruhi oleh indikator “bijaksana dan kesopanan” dengan persentase sebesar 33,60%. Sedangkan indikator paling rendah terdapat pada indikator “penerimaan umpan balik” dengan persentase sebesar 32,91%.

Sedangkan berdasarkan hasil analisis perhitungan koefisien jalur, didapatkan hasil bahwa variabel Kompetensi Komunikasi Terhadap Kualitas Pelayanan Publik memiliki nilai original sampel sebesar -0.051, sedangkan untuk t-statistics sebesar $3.362 > 1.96$. Kemudian untuk nilai p-values memiliki nilai sebesar $0.001 < 0.05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan bahwa variabel Kompetensi Komunikasi secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap Kualitas Pelayanan Publik diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa kompetensi komunikasi yang mencakup kemampuan untuk berkomunikasi secara bijaksana dan sopan merupakan faktor penting dalam berinteraksi dengan orang lain. Sedangkan, penerimaan umpan balik memerlukan tingkat kecermatan dan ketahanan diri yang lebih tinggi dalam menghadapi kritik atau saran dari orang lain. Oleh karena itu, indikator ini mungkin menjadi tantangan dalam pengembangan kompetensi komunikasi bagi sebagian individu, yang mengakibatkan persentase yang lebih rendah.

b. H2: Budaya Organisasi Terhadap Kualitas Pelayanan Publik

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan, ditemukan bahwa pada variabel Budaya Organisasi paling tinggi dipengaruhi oleh indikator “nilai integritas” dengan persentase sebesar 33,55%. Sedangkan indikator paling rendah terdapat pada indikator “nilai profesionalisme” dengan persentase sebesar 33,08%. Sedangkan berdasarkan hasil analisis perhitungan koefisien jalur, didapatkan hasil bahwa variabel Budaya Organisasi Terhadap Kualitas Pelayanan Publik memiliki nilai original sampel sebesar 0.257,

sedangkan untuk t-statistics sebesar $3.302 > 1.96$. Kemudian untuk nilai p-values memiliki nilai sebesar $0.001 < 0.05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan bahwa variabel Budaya Organisasi secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap Kualitas Pelayanan Publik diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa aspek integritas dalam budaya organisasi memainkan peran yang lebih signifikan dibandingkan dengan profesionalisme dalam membentuk budaya organisasi. Karyawan dan anggota organisasi cenderung lebih percaya pada kepemimpinan dan aturan yang diterapkan jika melihat nilai integritas yang ditekankan. Kepercayaan ini dapat menciptakan lingkungan yang lebih positif dan kooperatif dalam organisasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Laras Tris Ambar Suksesti Edwardin (2006). “Analisis Pengaruh Kompetensi Komunikasi, Kecerdasan Emosional, dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan”. Penelitian ini menemukan beberapa kesimpulan penting yaitu pertama bahwa seluruh hipotesis dalam penelitian ini telah terbukti secara signifikan. Kedua, variabel kompetensi komunikasi, kecerdasan emosional dan budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Ketiga, variabel budaya organisasi mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap kinerja karyawan dibandingkan dengan variabel lainnya. Implikasi dari penelitian ini adalah kompetensi komunikasi, kecerdasan emosional dan budaya organisasi mempunyai peran yang sama penting dalam meningkatkan kinerja karyawan.

c. H3: Profesionalisme PRO Terhadap Kualitas Pelayanan Publik

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan, ditemukan bahwa pada variabel Profesionalisme Public Relations Officers paling tinggi dipengaruhi oleh indikator “pengabdian pada profesi” dengan persentase sebesar 34,26%. Sedangkan indikator paling rendah terdapat pada indikator “kemandirian” dengan persentase sebesar 32,78%.

Sedangkan berdasarkan hasil analisis perhitungan koefisien jalur, didapatkan hasil bahwa variabel Profesionalisme Public Relations Officers Terhadap Kualitas Pelayanan Publik memiliki nilai original sampel sebesar 0.621, sedangkan untuk t-statistics sebesar $7.714 > 1.96$. Kemudian untuk nilai

p-values memiliki nilai sebesar $0.000 < 0.05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa variabel Profesionalisme Public Relations Officers secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap Kualitas Pelayanan Publik diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa ketika seorang PRO memiliki tingkat pengabdian yang tinggi terhadap profesi mereka, mereka cenderung lebih komitmen untuk melakukan pekerjaan dengan baik, mematuhi etika profesi, dan terus meningkatkan diri dalam bidang tersebut. Dengan kata lain, pengabdian pada profesi merupakan fondasi penting dalam membangun profesionalisme yang kuat. Sedangkan, kemandirian mungkin lebih relevan dalam beberapa konteks pekerjaan, tetapi dalam profesi public relations, kemampuan untuk berkolaborasi, berkomunikasi, dan menjalin hubungan dengan berbagai pihak lebih penting daripada kemandirian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jamalani, Rustan, dan Didiek Handayani Gusti (2023). “Pengaruh Kompetensi Komunikasi dan Profesionalisme Terhadap Kualitas Pelayanan Aparatur Pada Dinas Perhubungan Kabupaten Kepulauan Selayar”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa profesionalisme secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan aparatur.

d. H4: Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Artificial Intelligence

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan, ditemukan bahwa pada variabel Kualitas Pelayanan Publik paling tinggi dipengaruhi oleh indikator “keresponsifan” dengan persentase sebesar 33,86%. Sedangkan indikator paling rendah terdapat pada indikator “jaminan” dengan persentase sebesar 32,46%.

Sedangkan berdasarkan hasil analisis perhitungan koefisien jalur, didapatkan hasil bahwa variabel Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Artificial Intelligence memiliki nilai original sampel sebesar 0.392, sedangkan untuk t-statistics sebesar $4.223 > 1.96$. Kemudian untuk nilai p-values memiliki nilai sebesar $0.000 < 0.05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis keempat yang menyatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan Publik secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap Artificial Intelligence diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa koresponsifan dalam pelayanan publik mengukur sejauh mana lembaga atau organisasi mampu memberikan respons yang cepat dan efektif terhadap kebutuhan dan permintaan masyarakat. Oleh karena itu, mungkin lembaga atau organisasi tersebut belum sepenuhnya mengalokasikan sumber daya atau perhatian yang cukup ke aspek jaminan ini, sehingga menghasilkan persentase yang lebih rendah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurlaela Arief & M. Arkan Ariel Saputra (2019). “Kompetensi Baru Public Relations (PR) Pada Era Artificial Intelligence”. Hasil riset sebelumnya (CIPR, 2018) dan hasil riset di Indonesia menghasilkan kesimpulan yang sama, dengan adanya 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.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan melalui pengolahan data statistik, deskripsi, dan pembahasan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kompetensi komunikasi (X1) dengan kualitas pelayanan publik (Y).
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara budaya organisasi (X2) dengan kualitas pelayanan publik (Y).
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara profesionalisme public relations officers (X3) dengan kualitas pelayanan publik (Y).
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan publik (Y) dengan artificial intelligence (Z).

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya dan juga untuk karyawan atau public relations officers di dunia kerja. Untuk penelitian di masa yang akan datang sebaiknya memperluas variabel dan pengukuran variabel penelitian sehingga dapat lebih meningkatkan

kualitas layanan publik di instansi pemerintah. Kualitas layanan publik tidak hanya dipengaruhi oleh faktor kompetensi komunikasi, budaya organisasi dan profesionalisme PRO saja tetapi juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti faktor birokrasi dalam organisasi.

Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan bahwa penelitian dan karyawan atau public relations officers di dunia kerja dapat meningkatkan pemahaman tentang pengaruh kompetensi komunikasi, budaya organisasi, dan profesionalisme public relations officers terhadap kualitas pelayanan publik pada era artificial intelligence. Selain itu, saran-saran tersebut juga dapat berperan aktif positif dalam memajukan proses perkembangan kualitas pelayanan publik yang lebih baik lagi untuk kenyamanan dan kesejahteraan masyarakat sekitar.

DAFTAR REFERENSI

- Arief, N. N., & Saputra, M. A. A. (2019). Kompetensi Baru Public Relations (PR) Pada Era Artificial Intelligence. *Jurnal Sistem Cerdas*, 2(1). <https://doi.org/10.37396/jsc.v2i1.19>
- Edwardin, L. T. A. S. (2006). *Analisis Pengaruh Kompetensi Komunikasi, Kecerdasan Emosional, dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan*. Universitas Diponegoro.
- Goetsch, D. L., & Davis, Stanley, M. (1994). *Introduction to Total Quality: Quality, Productivity, Competitiveness (Merrill's international series in engineering technology)*. Prentice Hall International Inc.
- Gourley, S. (2018). *This Is How AI Can Help You Make Sense of The World* (World Econ). Agenda. <https://www.weforum.org/agenda/2018/06/this-is-how-ai-can-help-you-make-sense-of-the-world>
- Gronroos, C. (2000). *Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach* (Second). Wiley.
- Hall, R. (2018). Defining and Measuring Professionalism in Professions of Service Sector. *Journal of Management*, 1(2).
- Harianja, N. (2020). *Pengaruh Kompetensi Komunikasi dan Profesionalisme Public Relations Officers Terhadap Kualitas Layanan Kehumasan di Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia Perwakilan Provinsi Sumatera Utara*. Universitas Sumatera Utara.
- Jamalani, Rustan, & Gusti, D. H. (2023). Pengaruh Kompetensi Komunikasi dan Profesionalisme Terhadap Kualitas Pelayanan Aparatur Pada Dinas Perhubungan Kabupaten Kepulauan Selayar. *Jurnal Magister Manajemen Nobel Indonesia*, 4(3). <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/JMMNI/article/view/3920>
- Jefkins, F. (2003). *Public Relations*. Erlangga.
- Mikáčová, L., & Gavřáková, P. (2014). The Role of Public Relations in Branding. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.928>
- Robbins, S. P. (1996). *Perilaku Organisasi*. Prehallindo.
- Simon, H. A. (1987). *Artificial Intelligence, Concise Encyclopedia of Psychology* (Second).

Wiley.

Slocum, J. W., & Hellriegel, D. (2009). *Principles of Organizational Behaviour*. Nelson Education, Ltd.

Spitzberg, B. H., & Cupach, W. R. (1989). *Handbook of Interpersonal Competence Research*. Springer-Verlag.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.

Suharsimi, A. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.

Utami, R. A. (2020). *Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik Melalui Optimalisasi Media Sosial*.