



# Berita Berbasis AI dan Kepercayaan Publik: Memahami Hubungan Antara Otomasi dan Produksi Keterlibatan

## *Artificial Intelligence–Driven News and Public Trust: Examining the Relationship Between Automation and Engagement Production*

Yudhy Widya Kusumo<sup>1)</sup>, Mariana Mariana<sup>2)</sup>

<sup>1</sup>Prodi Hubungan Masyarakat, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta

<sup>2</sup>Jurusan Bisnis, Politeknik Negeri Lhokseumawe

<sup>1</sup>Jl. Padjajaran Jl. Ring Road Utara No.104, Ngropoh, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia, 55283

<sup>2</sup>Jl. Medan - Banda Aceh No.Km. 280 3, RW.Buketrata, Mesjid Punteut, Kec. Blang Mangat, Kota Lhokseumawe, Aceh Indonesia, 24301

Email korespondensi: yudhy.widya@upnyk.ac.id<sup>1)</sup>

Diterima: 08 Mei 2024 || Direvisi: 05 Juni 2024 || Disetujui: 07 Desember 2025

**Abstrak** – Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak otomatisasi AI dalam produksi berita terhadap kepercayaan dan keterlibatan publik, serta mengeksplorasi persepsi masyarakat terkait etika dan transparansi dalam penggunaan AI di sektor media. Latar belakang penelitian ini didasari oleh meningkatnya penggunaan AI dalam jurnalistik yang menimbulkan berbagai tanggapan publik mengenai aspek etika dan transparansi. Metode penelitian yang digunakan adalah regresi berganda, dengan populasi masyarakat Yogyakarta yang mengonsumsi berita otomatisasi AI. Sampel berjumlah 222 responden yang dipilih menggunakan teknik Simple Random Sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa otomatisasi AI memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan publik, dengan koefisien sebesar 0,185, nilai t sebesar 2,290, dan signifikansi 0,023. Sebaliknya, transparansi memiliki pengaruh negatif terhadap kepercayaan publik, dengan koefisien -0,559, nilai t sebesar -3,512, dan signifikansi 0,001. Etika memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan publik, dengan koefisien 0,394, nilai t sebesar 2,526, dan signifikansi 0,012. Temuan ini menegaskan pentingnya penerapan etika yang baik dalam penggunaan AI untuk menjaga kepercayaan publik.

**Kata Kunci:** Otomatisasi AI, Produksi Berita, Kepercayaan Publik, Keterlibatan Publik, Etika Transparansi

**Abstract** – This study aims to analyze the impact of AI automation in news production on public trust and engagement, as well as explore public perceptions of ethics and transparency in the use of AI in the media sector. The research is based on the increasing use of AI in journalism, which has sparked various public reactions concerning ethical and transparency issues. The research method employed is multiple regression, with the population consisting of Yogyakarta residents who consume AI-generated news. The sample comprises 222 respondents selected through Simple Random Sampling. The results indicate that AI automation positively impacts public trust, with a coefficient of 0.185, a t-value of 2.290, and a significance of 0.023. Conversely, transparency negatively affects public trust, with a coefficient of -0.559, a t-value of -3.512, and a significance of 0.001. Ethics positively and significantly influence public trust, with a coefficient of 0.394, a t-value of 2.526, and a significance of 0.012. These findings underscore the importance of implementing robust ethical practices in the use of AI to maintain public trust.

**Keywords:** AI Automation, News Production, Public Trust, Public Involvement, Transparency Ethics

### PENDAHULUAN

Kemunculan kecerdasan buatan (AI) dalam jurnanisme telah merevolusi cara berita diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi, secara fundamental mengubah lanskap media. Transformasi ini terutama didorong oleh otomatisasi dalam pembuatan konten, yang memungkinkan produksi berita lebih cepat dan

penyampaian yang lebih personal, sehingga meningkatkan efisiensi dalam organisasi media (Graefe, 2016; Wölker & Powell, 2021). Namun, seiring dengan kemajuan ini, integrasi AI dalam jurnanisme juga menimbulkan kekhawatiran etis dan kredibilitas yang signifikan, khususnya terkait dengan bias yang tertanam dalam algoritma serta dampaknya

terhadap kepercayaan publik terhadap media (Peña-Fernández et al., 2023). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan kompleks antara produksi berita berbasis AI dan kepercayaan publik, dengan penekanan khusus pada bagaimana otomatisasi mempengaruhi keterlibatan dan persepsi audiens terhadap integritas jurnalistik.

Sementara pengaruh AI terhadap komunikasi dan media telah banyak dibahas, studi yang ada sebagian besar berfokus pada dampak umum, seperti perannya dalam mendiversifikasi penawaran media atau melawan disinformasi (Trattner et al., 2022). Namun, integrasi AI dalam jurnalisme juga menimbulkan pertanyaan penting terkait akuntabilitas dan standar etika dalam produksi berita (Santos, 2023; Trattner et al., 2022). Kebaruan penelitian ini terletak pada penelusuran secara spesifik bagaimana produksi berita yang didorong oleh AI tidak hanya mengubah mekanisme jurnalistik tetapi juga membentuk persepsi audiens dan kepercayaan terhadap organisasi media.

Lebih fokus lagi, penerapan AI dalam jurnalisme menghadirkan tantangan yang tidak hanya bersifat teknis tetapi juga merupakan interaksi kompleks antara teknologi, etika, dan ekspektasi sosial. Misalnya, konsep *exo journalism* menggambarkan bagaimana AI dapat meningkatkan kemampuan jurnalis, sementara pada saat yang sama mengharuskan adanya penilaian ulang terhadap norma dan praktik jurnalistik tradisional (Tejedor & Vila, 2021). Dualitas ini menyoroti pentingnya mengadopsi praktik AI yang bertanggung jawab, yang menekankan transparansi dan akuntabilitas, untuk menjaga kepercayaan publik terhadap jurnalisme (Tsalakanidou et al., 2021).

Selain itu, penelitian terbaru menunjukkan bahwa keputusan editorial di ruang berita semakin dipengaruhi oleh metrik keterlibatan audiens, seperti jumlah klik dan berbagi. Meskipun metrik ini memberikan wawasan tentang preferensi audiens, ketergantungan yang berlebihan pada metrik tersebut dapat mendorong sensasionalisme, yang pada gilirannya dapat merusak integritas jurnalistik dan mengurangi kepercayaan publik (Wölker & Powell, 2021). Penelitian ini akan mengeksplorasi dinamika tersebut, dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan penting tentang tanggung jawab etis dari produksi konten berbasis AI dan dampaknya terhadap kredibilitas jurnalisme.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dampak otomatisasi AI dalam produksi berita terhadap kepercayaan dan keterlibatan publik, serta mengkaji

persepsi masyarakat terkait etika dan transparansi dalam penggunaan AI.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis dampak otomatisasi AI dalam produksi berita terhadap kepercayaan dan keterlibatan publik, serta mengkaji persepsi masyarakat terkait etika dan transparansi dalam penggunaan AI.

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat umum yang mengonsumsi berita, terutama yang dihasilkan oleh otomatisasi AI, dengan fokus pada masyarakat Yogyakarta. Selanjutnya penarikan sampel menggunakan teknik Sampling Acak Sederhana, dimana responden dipilih secara acak dari populasi masyarakat Yogyakarta. Setiap individu memiliki peluang yang sama untuk terpilih. Ukuran sampel ditentukan berdasarkan rumus ukuran sampel dengan mempertimbangkan tingkat kepercayaan dan *margin of error* (Mariana et al., 2020, 2024)

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk menguji instrumen penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur (Upomo & Kusumawardani, 2016). Salah satu metode yang digunakan adalah Pearson Product Moment, yang menghitung koefisien korelasi antara dua variabel. Instrumen dianggap valid jika hasilnya mencerminkan kondisi sebenarnya (Iqbal & Salsabila, 2023; Sugiarta et al., 2023). Validitas ini penting untuk memastikan data yang dikumpulkan akurat dan relevan. Rumus Pearson Product Moment untuk menghitung validitas adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana:

$r$  = koefisien korelasi

$N$  = jumlah responden

$\sum$  = penjumlahan skor yang relevan.

Uji reliabilitas tujuannya untuk mengetahui sejauh mana instrumen dapat dipercaya dan diandalkan (Prasetyawati et al., 2021). Instrumen yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya cenderung lebih mampu menghasilkan data yang valid dan dapat diandalkan,

sehingga meningkatkan kredibilitas hasil penelitian (Hidayati et al., 2023; Iqbal & Salsabila, 2023; Prasetyawati et al., 2021; Sugiarta et al., 2023; Upomo & Kusumawardani, 2016).

### Rancangan Penelitian

Regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel independen, yaitu otomatisasi AI, transparansi, dan etika, dengan variabel dependen, yaitu kepercayaan dan keterlibatan publik. Metode regresi linier berganda merupakan alat statistik yang efektif untuk memahami bagaimana beberapa variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen secara simultan (Ramadana et al., 2023; Tyasnurita et al., 2023). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan metode ini dapat menghasilkan model yang akurat dalam memprediksi berbagai fenomena, meskipun penelitian ini lebih fokus pada konteks harga emas (Tyasnurita et al., 2023). Dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Dimana:

- Y = Kepercayaan atau keterlibatan public
- $\beta_0$  = Konstanta (intersep)
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3$  = Koefisien regresi
- X1 = Otomatisasi AI
- X2 = Transparansi
- X3 = Etika
- $\epsilon$  = Error (kesalahan residual)

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahap. Pertama, analisis deskriptif memberikan gambaran umum mengenai variabel-variabel penelitian, termasuk rata-rata dan standar deviasi (Chytis et al., 2020; Liza & Mariana, 2023). Selanjutnya, uji t dilakukan untuk mengevaluasi pengaruh parsial dari masing-masing variabel independen terhadap kepercayaan dan keterlibatan publik. Uji F digunakan untuk menilai pengaruh simultan dari otomatisasi AI, transparansi, dan etika terhadap kedua variabel dependen (Mariana et al., 2018; Rai et al., 2019).

Selain itu, dilakukan uji asumsi klasik seperti uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan valid dan reliable (Fajri et al., 2023).

### Uji Asumsi Klasik

Pengujian normalitas digunakan untuk memastikan data mengikuti distribusi normal. Salah satu metode

yang sering digunakan adalah Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) satu sampel. Data dianggap berdistribusi normal jika nilai signifikansi (Sig) lebih besar dari 0,05, dan tidak normal jika kurang dari 0,05 (Hernawati et al., 2019). Menurut Agu dan Francis, uji ini merupakan prasyarat untuk analisis lanjutan seperti ANCOVA (Agu, Friday & Francis, Runyi, 2018).

Uji multikolinieritas bertujuan mendeteksi hubungan antar variabel independen dalam regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki multikolinieritas, yang diukur dengan Variance Inflation Factor (VIF). VIF di atas 10 menunjukkan multikolinieritas, sedangkan VIF di bawah 10 berarti aman (Morales-Oñate & Morales Oñate, 2023). Morales-Oñate mengusulkan metode bootstrap untuk mendukung pengukuran dengan VIF, sementara Gómez et al. mengkritik VIF dan menawarkan pendekatan lain (Salmeron-Gomez et al., 2020).

Heteroskedastisitas, yaitu variabilitas residual yang tidak merata, dapat dideteksi dengan memplot nilai prediksi terhadap residual. Pola dalam scatterplot menandakan adanya heteroskedastisitas, sedangkan penyebaran acak menunjukkan tidak ada masalah tersebut. Analisis grafis efektif untuk mendeteksi heteroskedastisitas (Upomo & Kusumawardani, 2016). Memastikan asumsi-asumsi ini terpenuhi penting untuk hasil regresi yang valid.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap awal penelitian ini melibatkan analisis deskriptif untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik variabel yang diteliti. Analisis ini mencakup perhitungan statistik seperti rata-rata, standar deviasi, serta nilai minimum dan maksimum dari data yang dianalisis (M. Korkmaz, 2019; O. Korkmaz, 2011; Mariana et al., 2024; Ramadana et al., 2023). Tabel berikut menyajikan hasil dari analisis statistik deskriptif:

Table 1 Descriptive Statistics

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Otomatisasi AI	2.00	5.00	3.7027	.66038
Transparansi	2.00	5.00	3.4730	.59916
Etika	2.00	5.00	3.5135	.57654
Kepercayaan atau keterlibatan publik	2.00	5.00	3.4910	.68428
Valid N (listwise)	222			

Berdasarkan analisis deskriptif tabel1, nilai pada setiap variabel berkisar dari nilai minimum 2,00 hingga maksimum 5,00. Rata-rata nilai untuk variabel

otomatisasi AI adalah 3,70 dengan deviasi standar 0,66, menunjukkan variasi yang cukup rendah diantara responden. Untuk variabel transparansi, rata-rata adalah 3,47 dengan deviasi standar 0,60, yang juga menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki persepsi yang relatif serupa. Variabel etika memiliki rata-rata 3,51 dan deviasi standar 0,57, yang menunjukkan variasi yang sedikit lebih kecil. Sementara itu, variabel kepercayaan atau keterlibatan publik memiliki rata-rata 3,49 dan deviasi standar 0,68, yang menunjukkan tingkat variasi yang moderat.

### Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur hubungan antara pernyataan dalam kuesioner dengan variabel yang diteliti. Tabel di bawah ini menunjukkan koefisien korelasi untuk pernyataan yang berkaitan dengan Otomatisasi AI, Transparansi, Etika, dan Kepercayaan atau Keterlibatan Publik.

Tabel 2 Uji Validitas

Statement	Variable	Correlation Coefficient
X1.1	<u>Otomatisasi AI (X1)</u>	.454
X1.2		.293
X1.3		.560
X1.4		.502
X1.5		.699
X2.1	<u>Transparansi (X2)</u>	.365
X2.2		.443
X2.3		.667
X2.4		.397
X2.5		.673
X3.1	<u>Etika (X3)</u>	.464
X3.2		.584
X3.3		.394
X3.4		.658
X3.5		.256
Y.1	<u>Kepercayaan atau Keterlibatan Publik (Y)</u>	.370
Y.2		.467
Y.3		.608
Y.4		.443
Y.5		.623

Koefisien korelasi table 2, menunjukkan adanya hubungan yang positif antara variabel-variabel yang diuji. Pada variabel Otomatisasi AI, nilai koefisien berkisar antara 0,293 hingga 0,699, yang menunjukkan adanya korelasi sedang hingga kuat. Untuk variabel Transparansi, nilai koefisien berkisar antara 0,365 hingga 0,673, juga menunjukkan korelasi yang signifikan. Pada variabel Etika, nilai koefisien berkisar antara 0,256 hingga 0,658, dengan beberapa nilai menunjukkan hubungan yang lebih lemah, meskipun tetap signifikan. Terakhir, variabel Kepercayaan atau Keterlibatan Publik menunjukkan koefisien korelasi

yang signifikan antara 0,370 hingga 0,623. Secara keseluruhan, uji validitas ini menunjukkan bahwa semua pernyataan memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan variabel-variabel yang diuji.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi internal dari instrumen penelitian. Hasil uji reliabilitas untuk masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3 Reliabilitas Variabel Penelitian (Alpha)

Variable	Cronbach's Alpha	Reliability
<u>Otomatisasi AI (X1)</u>	0.659	Reliable
<u>Transparansi (X2)</u>	0.687	Reliable
<u>Etika (X3)</u>	0.649	Reliable
<u>Kepercayaan atau Keterlibatan Publik (Y)</u>	0.657	Reliable

Table 3 menunjukkan, nilai Cronbach's Alpha untuk semua variabel berada di atas 0,60, menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan reliabel. Variabel Otomatisasi AI memiliki nilai Alpha sebesar 0,659, Transparansi sebesar 0,687, Etika sebesar 0,649, dan Kepercayaan atau Keterlibatan Publik sebesar 0,657. Meskipun ada sedikit variasi, semua variabel dianggap reliabel, sehingga instrumen dapat diandalkan untuk menganalisis hubungan antarvariabel dalam penelitian ini.

### Uji Hipotesis

Tabel di bawah ini menampilkan hasil analisis regresi yang menunjukkan hubungan antara variabel independen Otomatisasi AI, Transparansi, dan Etika dengan variabel dependen Kepercayaan atau Keterlibatan Publik.

Tabel 4 Hasil Pengujian Hipotesis

Variable	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	3.362	.313	10.748	.000
<u>Otomatisasi AI (X1)</u>	.185	.081	2.290	.023
<u>Transparansi (X2)</u>	-.559	.159	-3.512	.001
<u>Etika (X3)</u>	.394	.156	2.526	.012
R	0.244			
R Square	0.059			
Adjusted R Square	0.046			
F	4.584	Sig.	0.004	

Dependent Variable: Kepercayaan atau Keterlibatan Publik (Y)

Data dari Tabel 4 menghasilkan persamaan  $Y = 3,362 + 0,185X_1 - 0,559X_2 + 0,394X_3 + \epsilon$ , menunjukkan bahwa hasil analisis regresi mengukur dampak Otomatisasi AI, Transparansi, dan Etika terhadap

variabel dependen Kepercayaan atau Keterlibatan Publik.

1. Nilai konstanta sebesar 3,362 menunjukkan bahwa jika tidak ada pengaruh dari variabel independen (X1, X2, X3), nilai kepercayaan publik diperkirakan sebesar 3,362.
2. Otomatisasi AI (X1) dengan nilai koefisien sebesar 0,185, dengan nilai t 2,290 dan nilai signifikan (Sig.) sebesar 0,023. Ini berarti bahwa setiap peningkatan satu unit pada Otomatisasi AI akan meningkatkan kepercayaan publik sebesar 0,185, dan pengaruh ini signifikan.
3. Transparansi (X2) dengan nilai koefisien negatif sebesar -0,559, dengan t sebesar -3,512 dan Sig. sebesar 0,001. Artinya, peningkatan satu unit pada transparansi akan menurunkan kepercayaan publik sebesar 0,559, dan pengaruh ini signifikan.
4. Etika (X3) menunjukkan koefisien positif sebesar 0,394, dengan t sebesar 2,526 dan Sig. 0,012, yang berarti peningkatan etika sebesar satu unit akan meningkatkan kepercayaan publik sebesar 0,394, dan pengaruh ini juga signifikan.

Nilai R sebesar 0,244 menunjukkan adanya hubungan yang rendah antara variabel independen dan dependen. R Square sebesar 0,059 menunjukkan bahwa 5,9% variabilitas kepercayaan publik dapat dijelaskan oleh Otomatisasi AI, Transparansi, dan Etika. Nilai Adjusted R Square yang sedikit lebih rendah (0,046) menunjukkan bahwa model ini masih cukup akurat, meskipun variabilitas yang dijelaskan relatif kecil. Nilai F sebesar 4,584 dengan tingkat signifikan 0,004 mengindikasikan bahwa model regresi ini secara keseluruhan signifikan.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa Otomatisasi AI dan Etika berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan publik, sedangkan Transparansi berpengaruh negatif yang signifikan.

### **Pengaruh Otomatisasi AI terhadap Kepercayaan atau Keterlibatan Publik**

Otomatisasi AI memiliki dampak signifikan terhadap kepercayaan publik, dengan koefisien sebesar 0,185, nilai t sebesar 2,290, dan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,023. Ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam otomatisasi AI berkontribusi pada peningkatan kepercayaan publik secara signifikan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap teknologi AI dipengaruhi oleh perilaku dan interaksi teknologi tersebut dengan pengguna. Sebagai contoh, Kaplan et al. menemukan bahwa AI yang bertindak

jujur dan mengikuti aturan dianggap lebih dapat dipercaya dibandingkan dengan AI yang menunjukkan perilaku menipu (Dwivedi et al., 2023). Temuan ini konsisten dengan studi yang dilakukan oleh Raisch dan Krakowski, yang menunjukkan bahwa penerapan AI dalam manajemen dapat mempengaruhi tindakan dan perubahan institusional, yang pada akhirnya membentuk persepsi publik terhadap teknologi tersebut (Raisch & Krakowski, 2020).

Juwita menekankan pentingnya komunikasi efektif dalam menangani kekhawatiran publik terkait risiko dan manfaat teknologi AI (Juwita et al., 2024). Dalam hal ini, transparansi serta keterlibatan publik dalam diskusi mengenai AI dapat meningkatkan kepercayaan. Perhatian pemerintah terhadap opini publik terkait AI penting untuk membangun kepercayaan (Yigitcanlar et al., 2020). Ketika masyarakat dilibatkan dan diberikan informasi yang jelas mengenai penggunaan AI, hal ini memperkuat tingkat kepercayaan mereka terhadap teknologi tersebut.

Selain itu, faktor seperti reputasi dan persepsi terhadap manfaat AI juga turut berperan dalam membangun kepercayaan publik. Stai et al. mencatat bahwa persepsi positif terhadap AI meningkat seiring dengan bertambahnya pemahaman masyarakat tentang manfaat yang diberikan (Zulfa et al., 2023). Edukasi yang baik mengenai teknologi ini membantu mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan kepercayaan publik. Jobin dan Ienca dalam penelitiannya menggarisbawahi pentingnya membangun kepercayaan dalam AI sebagai kunci tata kelola teknologi yang etis dan bertanggung jawab (Peña-Fernández et al., 2023). Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa otomatisasi AI tidak hanya bertindak sebagai alat teknis, tetapi juga sebagai faktor penting yang dapat membentuk kepercayaan publik melalui interaksi yang positif dan transparan.

### **Transparansi berpengaruh terhadap Kepercayaan atau Keterlibatan Publik**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa transparansi dengan nilai koefisien negatif sebesar -0,559, dengan nilai t sebesar -3,512 dan signifikansi (Sig.) sebesar 0,001. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan satu unit pada transparansi mengakibatkan penurunan kepercayaan publik sebesar 0,559, dan pengaruh ini signifikan. Temuan ini mencerminkan dinamika kompleks antara transparansi dan kepercayaan publik, di mana tingkat transparansi yang tinggi tidak selalu berdampak positif terhadap tingkat kepercayaan. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa meskipun transparansi diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan publik, dalam beberapa kasus,

transparansi dapat menghasilkan efek sebaliknya, terutama jika informasi yang disampaikan dianggap tidak konsisten atau manipulatif (Cucciniello & Nasi, 2014; Trattner et al., 2022).

Peningkatan transparansi dan akuntabilitas dalam pemerintahan dapat berfungsi sebagai pendorong kepercayaan publik, terutama dalam situasi krisis seperti pandemi COVID-19 (Wang et al., 2023). Kecepatan dan akurasi transparansi informasi adalah kunci untuk membangun kepercayaan publik (Zhong et al., 2023; Zhou et al., 2023). Jika informasi yang disampaikan tidak terpercaya, transparansi justru dapat menurunkan kepercayaan. Hal ini sejalan dengan temuan yang menunjukkan bahwa transparansi yang tidak diimbangi dengan kejelasan dan konsistensi dapat menyebabkan skeptisisme di kalangan masyarakat (Ameen et al., 2021; Wang et al., 2020).

Transparansi yang efektif dalam pemerintahan lokal dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat, namun hal ini sangat bergantung pada persepsi publik terhadap integritas dan akuntabilitas pemerintah (Sofyani & Tahar, 2021). Partisipasi publik dalam proses pemerintahan dapat berkontribusi pada persepsi mengenai transparansi, tetapi hasilnya bervariasi tergantung pada jenis partisipasi yang dilakukan. Ini menunjukkan bahwa tidak semua bentuk transparansi dan partisipasi publik menghasilkan dampak positif terhadap kepercayaan, sehingga perlu mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti kondisi sosial dan politik yang lebih luas (Ameen et al., 2021; Kim & Lee, 2017).

Secara keseluruhan, meskipun transparansi sering dianggap sebagai alat untuk meningkatkan kepercayaan publik, penelitian ini menunjukkan bahwa efeknya dapat bervariasi. Dalam beberapa kasus, pengelolaan transparansi yang tidak baik dapat menurunkan kepercayaan publik, terutama jika masyarakat merasa bahwa informasi yang disediakan tidak mencerminkan realitas atau jika ada anggapan bahwa transparansi tersebut bersifat kosmetik (Benito et al., 2016; Park & Blenkinsopp, 2011). Oleh karena itu, penting bagi pemerintah dan organisasi publik untuk tidak hanya meningkatkan transparansi, tetapi juga memastikan bahwa informasi yang disampaikan akurat, relevan, dan dapat dipercaya.

## **Etika berpengaruh terhadap Kepercayaan atau Keterlibatan Publik**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika (X3) dengan nilai koefisien positif sebesar 0,394, dengan nilai  $t$  sebesar 2,526 dan tingkat signifikansi (Sig.) sebesar 0,012. Ini menunjukkan bahwa peningkatan satu unit pada etika akan meningkatkan kepercayaan publik sebesar 0,394, dan pengaruh ini signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa etika memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan publik, yang sejalan dengan teori bahwa perilaku etis dalam organisasi dan pemerintahan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap institusi tersebut (Downe et al., 2013).

Penelitian sebelumnya juga mendukung temuan ini. Perilaku etis pejabat publik sangat mempengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat. Ketika pejabat publik menunjukkan standar etika yang tinggi, masyarakat cenderung memiliki kepercayaan lebih besar (Downe et al., 2013). Praktik etis dalam organisasi dapat memperkuat kepercayaan emosional, yang penting untuk membangun hubungan jangka panjang antara publik dan institusi (Pučetaite et al., 2010).

Teknologi baru seperti kecerdasan buatan (AI), etika memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan publik. Panduan etika yang jelas membantu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap teknologi baru, mencerminkan pentingnya etika dalam pengembangan teknologi dan pelayanan publik (Jobin et al., 2019).

Kepercayaan publik dapat berkurang ketika ada ketidakjelasan dalam pengelolaan data dan informasi, terutama dalam penelitian biobank (Critchley et al., 2015). Ini menunjukkan bahwa etika dalam pengelolaan informasi dan transparansi sangat penting untuk mempertahankan kepercayaan publik. Penelitian ini konsisten dengan temuan bahwa etika yang kuat dalam pengambilan keputusan dan transparansi dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap institusi (Rosidah et al., 2023).

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa etika berkontribusi signifikan terhadap kepercayaan publik. Hal ini sejalan dengan literatur yang ada yang menekankan pentingnya etika dalam membangun kepercayaan, baik dalam pemerintahan maupun sektor lainnya. Oleh karena itu, penting bagi organisasi dan pemerintah untuk mengintegrasikan praktik etis yang baik dalam kebijakan dan tindakan mereka untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat.

## KESIMPULAN

Hasil analisis ini menunjukkan bahwa otomatisasi AI memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepercayaan publik, dengan peningkatan penggunaan AI yang efektif berkontribusi pada peningkatan kepercayaan. Di sisi lain, transparansi menunjukkan pengaruh negatif signifikan, di mana peningkatan transparansi yang tidak terarah dapat mengurangi kepercayaan publik, sehingga pendekatan yang bijak dalam menyajikan transparansi sangat diperlukan. Sementara itu, penerapan etika dalam penggunaan AI memiliki dampak positif signifikan, menegaskan bahwa etika memainkan peran penting dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan publik.

## SARAN

- Meningkatkan kepercayaan publik terhadap AI dapat dicapai dengan mengoptimalkan penerapan otomatisasi yang tepat sasaran dan relevan dengan kebutuhan publik. Penggunaannya perlu dipastikan mendukung efisiensi layanan publik tanpa mengurangi kualitas atau menimbulkan ketidakpastian di kalangan masyarakat.
- Transparansi yang berlebihan atau kurang tepat dapat mengurangi kepercayaan publik. Oleh karena itu, informasi tentang penggunaan AI sebaiknya disampaikan secara jelas, terukur, dan dalam bahasa yang mudah dipahami. Pemberian informasi terkait manfaat nyata, serta langkah-langkah pengamanan privasi dan data, dapat membantu mengurangi kekhawatiran masyarakat.
- Etika dalam penggunaan AI perlu dijadikan landasan utama agar masyarakat merasa aman dan percaya terhadap teknologi ini. Pemerintah dan pengembang perlu bekerja sama dalam menyusun pedoman etika yang kuat untuk memastikan bahwa AI digunakan dengan cara yang bertanggung jawab, adil, dan menghormati hak individu.
- Menyediakan edukasi yang memadai tentang cara kerja dan manfaat AI kepada masyarakat akan membantu mengurangi ketidakpahaman dan ketidakpercayaan. Melalui seminar, diskusi publik, atau kampanye informatif, masyarakat akan lebih memahami teknologi AI dan dampaknya secara positif.
- Melakukan evaluasi berkala mengenai dampak AI dalam pelayanan publik untuk memastikan bahwa teknologi ini tetap relevan dan efektif. Proses ini perlu diikuti dengan pelaporan hasil yang mudah diakses publik untuk membuktikan akuntabilitas dan membangun kepercayaan yang berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agu, Friday, I., & Francis, Runyi, E. (2018). Comparison of Goodness of Fit Tests for Normal Distribution. *Asian Journal of Probability and Statistics*, 1(2), 1–32. <https://doi.org/10.9734/ajpas/2018/v1i224507>
- Ameen, N., Tarhini, A., Reppel, A., & Anand, A. (2021). Customer experiences in the age of artificial intelligence. *Computers in Human Behavior*, 114(September 2020), 106548. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106548>
- Asadi, F. (2024). Studi Literatur Regulasi dan Etika Artificial Intelligence (AI) dalam Kebijakan Kedokteran Presisi (Precision Medicine). *Jurnal Fasilkom*, 14(1), 59–65. <https://doi.org/10.37859/jf.v14i1.6836>
- Benito, B., Guillamón, M. D., & Bastida, F. (2016). The Impact of Transparency on the Cost of Sovereign Debt in Times of Economic Crisis. *Financial Accountability and Management*, 32(3), 309–334. <https://doi.org/10.1111/faam.12090>
- Chytis, E., Georgopoulos, I., Tasios, S., & Vrodou, I. (2020). Accounting Reform and IPSAS Adoption in Greece. *European Research Studies Journal*, XXIII(Issue 4), 165–184. <https://doi.org/10.35808/ersj/1678>
- Critchley, C., Nicol, D., & Otlowski, M. (2015). The impact of commercialisation and genetic data sharing arrangements on public trust and the intention to participate in biobank research. *Public Health Genomics*, 18(3), 160–172. <https://doi.org/10.1159/000375441>
- Cucciniello, M., & Nasi, G. (2014). Transparency for Trust in Government: How Effective is Formal Transparency? *International Journal of Public Administration*, 37(13), 911–921. <https://doi.org/10.1080/01900692.2014.949754>
- Downe, J., Cowell, R., Chen, A., & Morgan, K. (2013). The determinants of public trust in English local government: How important is the ethical behaviour of elected councillors? *International Review of Administrative Sciences*, 79(4), 597–617. <https://doi.org/10.1177/0020852313501270>
- Dwivedi, Y. K., Kshetri, N., Hughes, L., Slade, E. L., Jeyaraj, A., Kar, A. K., Baabdullah, A. M., Koohang, A., Raghavan, V., Ahuja, M., Albanna, H., Albashrawi, M. A., Al-Busaidi, A. S., Balakrishnan, J., Barlette, Y., Basu, S., Bose, I., Brooks, L., Buhalis, D., Wright, R. (2023). “So what if ChatGPT wrote it?” Multidisciplinary perspectives on opportunities, challenges and implications of generative conversational AI for research, practice and policy.



- International Journal of Information Management*, 7(1), <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102642>
- Fajri, H., Taher, A., & Usman, N. (2023). The Influence of Teacher Competency, Motivation on Graduates' Performance and their Implications for Graduate Absorption in Aceh. *Migration Letters*, 20(S4), 111–122. <https://doi.org/10.47059/ml.v20i5.2930>
- Graefe, A. (2016). Guide to Automated Journalism. *Tow Center for Digital Journalism Report, January*, 1–48.
- Herizal, H., Mukhrizal, M., & Wance, M. (2020). Pendekatan Akuntabilitas Pelayanan Publik Dalam Mengikuti Perubahan Paradigma Baru Administrasi Publik. *Journal of Governance and Social Policy*, 1(1), 24–34. <https://doi.org/10.24815/gaspol.v1i1.17327>
- Hemawati, D., Amin, M., Al Muhdhar, M. H. I., & Indriwati, S. E. (2019). Science literacy skills through the experience of project activities with assisted local potential based learning materials. *JPBI (Jurnal Pendidikan Biologi Indonesia)*, 5(1), 159–168. <https://doi.org/10.22219/jpbi.v5i1.7372>
- Hidayati, R., Kusmanto, A. S., & Kiswanto, A. (2023). Development and Construct Validation of Indonesian Students Self-Confidance Scale Using Pearson Product Moment. *Pegem Journal of Education and Instruction*, 13(3), <https://doi.org/10.47750/pegegog.13.03.11>
- Iqbal, M., & Salsabila, S. (2023). Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Kebiasaan Menonton Mukbang. *Muhammadiyah Journal of Nutrition and Food Science (MJNF)*, 4(2), <https://doi.org/10.24853/mjnf.4.2.102-109>
- Jobin, A., Ienca, M., & Vayena, E. (2019). The global landscape of AI ethics guidelines. *Nature Machine Intelligence*, 1(9), <https://doi.org/10.1038/s42256-019-0088-2>
- Juwita, R., Nurhayai, N., Syaras, D., Rintaningrum, R., & Herliani, A. (2024). Public Relations and Issues of Technological Progress: Communicating the Benefits and Risks of AI and IoT to the Public. *Journal International Dakwah and Communication*, 4(1), 90–101. <https://doi.org/10.55849/jidc.v4i1.636>
- Kim, S., & Lee, J. (2017). Citizen participation and transparency in local government: Do participation channels and policy making phases matter? *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences, 2017-Janua*, 2742–2750. <https://doi.org/10.24251/hicss.2017.331>
- Korkmaz, M. (2019). A study over the Formulation of the Parameters 5 or Less Independent Variables of Multiple Linear Regression. *Journal of Function Spaces*, 2019. <https://doi.org/10.1155/2019/1526920>
- Korkmaz, O. (2011). Academic achievement and opinions of CEIT students graduating from vocational high school. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 28, 23–28. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.11.005>
- Liza, L., & Mariana, M. (2023). Can Budget Ratcheting Moderate the Relationship Between Financial Performance and Capital Expenditures? *Journal of Data Acquisition and Processing*, 38(3), 5472–5485. <https://doi.org/10.5281/zenodo.777718>
- Mariana, Abdullah, S., & Mahmud, M. (2020). Corporate Governance Perception Index , Profitability and Firm Value in Indonesia. *Technology and Investment*, 11(2), 13–21. <https://doi.org/10.4236/ti.2020.112002>
- Mariana, M., Abdullah, S., & Nadirsyah, N. (2018). Informasi Akuntansi, Informasi Non-Akuntansi, Dan Keputusan Pemberian Kredit. *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 8(2), <https://doi.org/10.22219/jrak.v8i2.37>
- Mariana, M., Liza, L., Ramadana, S. W., Rahmaniar, R., & Zulfikar, Z. (2024). Pengaruh Etika Audit dan Motivasi Terhadap Keputusan Strategis Internal Auditor. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 8(3), 2306–2313. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i3.2179>
- Maritza, D. F., & Taufiqurokhman, T. (2024). Peranan Masyarakat Sipil dalam Peningkatan Akuntabilitas Birokrasi Melalui Pengawasan Publik yang Aktif. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 14(1), 71–84. <https://doi.org/10.33592/jiia.v14i2.4679>
- Morales-Oñate, V., & Morales Oñate, B. (2023). MTest: a Bootstrap Test for Multicollinearity. *Revista Politecnica*, 51(2), 53–62. <https://doi.org/10.33333/tp.vol51n2.05>
- Park, H., & Blenkinsopp, J. (2011). The roles of transparency and trust in the relationship between corruption and citizen satisfaction. *International Review of Administrative Sciences*, 77(2), 254–274. <https://doi.org/10.1177/0020852311399230>
- Peña-Fernández, S., Meso-Ayerdi, K., Larrondo-Ureta, A., & Díaz-Noci, J. (2023). Without journalists, there is no journalism: the social dimension of generative artificial intelligence in the media. *Profesional de La Informacion*, 32(2), 1–15. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.27>
- Prasetyawati, W., Rifameutia, T., Gillies, R., & Newcombe, P. (2021). The adaptation of a Brief Adolescent Subjective Well-Being in School Scale (BASWBSS), the student subjective well-being scale in the Indonesian context. In *Anima: Indonesian Psychological Journal* (Vol. 36, Issue 2, pp. 184–203). <https://journal.ubaya.ac.id/index.php/jpa/article/view/2277>



- Pučetaite, R., Lämsä, A. M., & Novelskaite, A. (2010). Building organizational trust in a low-trust societal context. *Baltic Journal of Management*, 5(2), 197–217. <https://doi.org/10.1108/17465261011045124>
- Rai, K., Dua, S., & Yadav, M. (2019). Association of Financial Attitude, Financial Behaviour and Financial Knowledge Towards Financial Literacy: A Structural Equation Modeling Approach. *FIIB Business Review*, 8(1), <https://doi.org/10.1177/2319714519826651>
- Raisch, S., & Krakowski, S. (2020). Artificial Intelligence and Management: The Automation-Augmentation Paradox. *Academy of Management Review*, 1–48. <https://doi.org/10.5465/2018.0072>
- Ramadana, S. W., Mariana, M., Rahmiani, R., & Bahgia, S. (2023). Determinansi Kinerja Keuangan Pemerintah Daerah. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 7(2), 1831–1840. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1590>
- Rosidah, I., Gunardi, Priatna Kesumah, & Royke Bahagia Rizka. (2023). Transparansi Dan Akuntabilitas Dalam Pencegahan Fraud Diinstansi Pemerintah (Studi Kasus Kantor Kec. Ciwidey). *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi: EMBA*, 2(1), 137–156. <https://doi.org/10.59820/emba.v2i1.110>
- Salmeron-Gomez, R., Garcia-Garcia, C. B., & Garcia-Perez, J. (2020). Overcoming the inconsistencies of the variance inflation factor: a redefined VIF and a test to detect statistical troubling multicollinearity. *Methodology*. <http://arxiv.org/abs/2005.02245>
- Salsabila, T. H., Indrawati, T. M., & Fitrie, R. A. (2024). Meningkatkan Efisiensi Pengambilan Keputusan Publik melalui Kecerdasan Buatan. *Journal of Internet and Software Engineering*, 1(2), 21. <https://doi.org/10.47134/pjise.v1i2.2401>
- Santos, F. C. C. (2023). Artificial Intelligence in Automated Detection of Disinformation: A Thematic Analysis. *Journalism and Media*, 4(2), 679–687. <https://doi.org/10.3390/journalmedia4020043>
- Simanjuntak, W., Subagyo, A., & Sufianto, D. (2024). Peran Pemerintah Dalam Implementasi Artificial Intelligence (Ai) Di Kementerian Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia (Kemenkominfo Ri). *Journal of Social and Economics Research*, 6(1), 1–15. <https://doi.org/10.54783/jsr.v6i1.332>
- Sofyani, H., & Tahar, A. (2021). Peran Akuntabilitas Dan Transparansi Pemerintah Desa Indonesia Terhadap Kepercayaan Masyarakat Desa: Kasus Di Kabupaten Bantul. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 4(1), 10–25. <https://doi.org/10.22219/jaa.v4i1.16481>
- Sugiarta, R. D., Arofiati, F., & Rosa, E. M. (2023). Validity and Reliability of Research Instruments on the Effect of Motivation on Nurse Performance in Moderation with Nurse Credentials. *JMMR (Jurnal Medicoeticolegal Dan Manajemen Rumah Sakit)*, 12(1), 46–55. <https://doi.org/10.18196/jmmr.v12i1.6>
- Tejedor, S., & Vila, P. (2021). Exo Journalism: A Conceptual Approach to a Hybrid Formula between Journalism and Artificial Intelligence. *Journalism and Media*, 2(4), 830–840. <https://doi.org/10.3390/journalmedia2040048>
- Trattner, C., Jannach, D., Motta, E., Costera Meijer, I., Diakopoulos, N., Elahi, M., Opdahl, A. L., Tessem, B., Borch, N., Fjeld, M., Øvrelid, L., De Smedt, K., & Moe, H. (2022). Responsible media technology and AI: challenges and research directions. *AI and Ethics*, 2(4), 585–594. <https://doi.org/10.1007/s43681-021-00126-4>
- Tsalakanidou, F., Papadopoulos, S., Mezaris, V., Kompatsiaris, I., Gray, B., Tsabouraki, D., Kalogerini, M., Negro, F., Montagnuolo, M., de Vos, J., van Kemenade, P., Gravina, D., Mignot, R., Ozerov, A., Schnitzler, F., Garcia-Saez, A., Yannakakis, G. N., Liapis, A., & Kostadinov, G. (2021). The AI4Media Project: Use of Next-Generation Artificial Intelligence Technologies for Media Sector Applications. *IFIP Advances in Information and Communication Technology*, 627(May 2022), 81–93. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-79150-6\\_7](https://doi.org/10.1007/978-3-030-79150-6_7)
- Tyasnurita, R., Luthfiansyah, R. R., & Brameswara, M. R. (2023). Gold Price Forecasting Using Multiple Linear Regression Method. *JURTEKSI (Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi)*, 9(3), 339–344. <https://doi.org/10.33330/jurteks.v9i3.1748>
- Upomo, T. C., & Kusumawardani, R. (2016). Pemilihan Distribusi Probabilitas Pada Analisa Hujan Dengan Metode Goodness of Fit Test. *Jurnal Teknik Sipil Dan Perencanaan*, 18(2), 139–148. <https://doi.org/10.15294/jtsp.v18i2.7480>
- Wang, J., Liang, Y., Cao, S., Cai, P., & Fan, Y. (2023). Application of Artificial Intelligence in Geriatric Care: Bibliometric Analysis. *Journal of Medical Internet Research*, 25, 1–15. <https://doi.org/10.2196/46014>
- Wang, J., Zhang, A., Health, C., Zhou, B. Y., Liu, X., Tan, X., & Miao, R. (2020). Protecting public's wellbeing against COVID-19 infodemic in China: The role of trust in information sources and rapid dissemination and transparency of. 1–15.
- Wölker, A., & Powell, T. E. (2021). Algorithms in the newsroom? News readers' perceived credibility and selection of automated journalism. *Journalism*, 22(1), 86–103. <https://doi.org/10.1177/1464884918757072>
- Yigitcanlar, T., Desouza, K. C., Butler, L., & Roozkhosh, F.

- (2020). Contributions and risks of artificial intelligence (AI) in building smarter cities: Insights from a systematic review of the literature. *Energies*, 13(6). <https://doi.org/10.3390/en13061473>
- Zhong, J., Xing, Y., Lu, J., Zhang, G., Mao, S., Chen, H., Yin, Q., Cen, Q., Jiang, R., Hu, Y., Ding, D., Ge, X., Zhang, H., & Yao, W. (2023). The endorsement of general and artificial intelligence reporting guidelines in radiological journals: a meta-research study. *BMC Medical Research Methodology*, 23(1), 1–13. <https://doi.org/10.1186/s12874-023-02117-x>
- Zhou, Y., Zhang, A., Liu, X., Tan, X., Miao, R., Zhang, Y., & Wang, J. (2023). Protecting public’s wellbeing against COVID-19 infodemic: The role of trust in information sources and rapid dissemination and transparency of information over time. *Frontiers in Public Health*, 11(April). <https://doi.org/10.3389/fpubh.2023.1142230>
- Zulfa, S., Dewi, R. S., Hidayat, D. N., Hamid, F., & Defianty, M. (2023). The Use of AI and Technology Tools in Developing Students’ English Academic Writing Skills. *The Annual International Conference on Education*, 1, 47–63.