

Digital Transformation of AI in Business Communication

Achmad Yusuf Adzzu Hary¹, Fenesia Evelin², Fiora Therinne Gloria³, Risnawati Eka Deuyanti⁴, Mada Aditia Wardhana⁵

¹⁻⁵ Ekonomi dan Bisnis, Manajemen, Universitas Mulia, Balikpapan, Indonesia
Email: ¹achmadyusufadzzuhary1@gmail.com, ²fenesiaevelin@gmail.com, ³fioragloria667@gmail.com,
⁴risnawatiie@gmail.com, ⁵maw.wardhana@universitasmulia.ac.id
(* : coresponding author)

Abstrak—Penelitian ini mengkaji peran Kecerdasan Buatan (AI) dalam Transformasi Digital komunikasi bisnis melalui metode kajian literatur sistematis. Kajian ini bertujuan untuk mengidentifikasi mekanisme dan dampak utama AI terhadap efisiensi komunikasi serta kualitas informasi, sekaligus menganalisis tantangan sosiokultural dan implikasi etis dari adopsinya. Temuan menunjukkan bahwa AI berperan sebagai penggerak utama dalam meningkatkan transparansi, mengurangi asimetri informasi, dan memfasilitasi kolaborasi yang lebih erat antar pemangku kepentingan melalui platform digital, seperti yang terlihat dalam sektor keuangan dan layanan profesional. Di sisi lain, implementasi AI menghadapi tantangan seperti resistensi budaya organisasi, kesenjangan kompetensi digital, serta risiko terkait privasi dan keamanan data. Untuk mengatasi hambatan tersebut, kajian merekomendasikan strategi manajerial yang berfokus pada kepemimpinan transformasional, pembangunan budaya eksperimen dan pembelajaran, peningkatan kolaborasi lintas fungsi, serta pendekatan yang berpusat pada manusia (*human-centric*) dalam integrasi teknologi. Hasil penelitian ini memberikan wawasan bagi organisasi dalam merancang dan menerapkan Transformasi Digital berbasis AI secara lebih efektif dan bertanggung jawab.

Kata Kunci: transformasi digital; kecerdasan buatan (AI); komunikasi bisnis; kolaborasi digital; etika AI

Abstract—This study examines the role of Artificial Intelligence (AI) in the digital transformation of business communication through a systematic literature review method. The review aims to identify the key mechanisms and impacts of AI on communication efficiency and information quality, while also analyzing the sociocultural challenges and ethical implications of its adoption. The findings indicate that AI serves as a primary driver in enhancing transparency, reducing information asymmetry, and facilitating closer collaboration among stakeholders through digital platforms, as observed in the financial and professional services sectors. On the other hand, the implementation of AI faces challenges such as organizational cultural resistance, gaps in digital competencies, and risks related to data privacy and security. To address these barriers, the review recommends managerial strategies that emphasize transformational leadership, the development of a culture of experimentation and learning, increased cross-functional collaboration, and a human-centric approach to technology integration. The results of this study provide insights for organizations in designing and implementing AI-based digital transformation in a more effective and responsible manner.

Keywords: digital transformation; artificial intelligence (AI); business communication; digital collaboration; AI ethics

1. PENDAHULUAN

Transformasi digital (DT) adalah proses mendasar yang bertujuan untuk meningkatkan entitas dengan memicu perubahan signifikan pada propertinya melalui kombinasi teknologi informasi, komputasi, komunikasi, dan teknologi konektivitas (Akter et al., 2024; Brummer & Ueno, 2024; de Paula et al., 2023; Haugom et al., 2025). Dalam proses ini, peran kecerdasan buatan (AI) menjadi sangat krusial, karena AI termasuk dalam teknologi digital canggih yang membuka peluang baru bagi organisasi, memungkinkan pengambilan keputusan algoritmik berbasis data (seperti yang digunakan Netflix untuk membentuk pengalaman pengguna) (de Paula et al., 2023; Shahzad et al., 2025; Zeng et al., 2024), dan bersama dengan *Big Data*, AI dapat memfasilitasi sistem beroperasi secara kuasi-otonom (Cefis et al., 2023). Hubungan antara DT dan komunikasi bisnis diwujudkan melalui fokus pada konektivitas dan kolaborasi: DT memungkinkan kolaborasi yang erat antara organisasi dan pemangku kepentingan internal dan eksternal melalui penggunaan platform dan alat kolaboratif digital canggih (Liu et al., 2025; Shahzad et al., 2025), menuntut perusahaan untuk menumbuhkan empati guna meningkatkan keterlibatan pengguna (de Paula et al., 2023), dan memerlukan penggunaan bahasa yang mudah dipahami oleh semua pihak untuk memfasilitasi kolaborasi antara personel digital dan bisnis (Shahzad et al., 2025). Pentingnya topik ini bagi

perusahaan sangat tinggi karena DT merupakan teknik utama untuk meningkatkan efektivitas organisasi, mengurangi biaya operasional, dan mendukung pembangunan ekonomi (Anthony Jnr, 2021; Liu et al., 2025; Yang & Masron, 2023), dengan hasil kinerja transformatif yang utama—didorong oleh perubahan struktural, kepemimpinan, dan budaya—adalah pencapaian ketangkasan (agility), sentrisitas pelanggan (customer centricity), dan kolaborasi yang lebih baik (Shahzad et al., 2025), yang pada akhirnya menciptakan nilai baru melalui inovasi model bisnis dan pengalaman pelanggan yang ditingkatkan, sehingga memperkuat daya saing inti perusahaan di era digital (Nguyen-Thi-Huong et al., 2023; Shahzad et al., 2025).

Rumusan masalah:

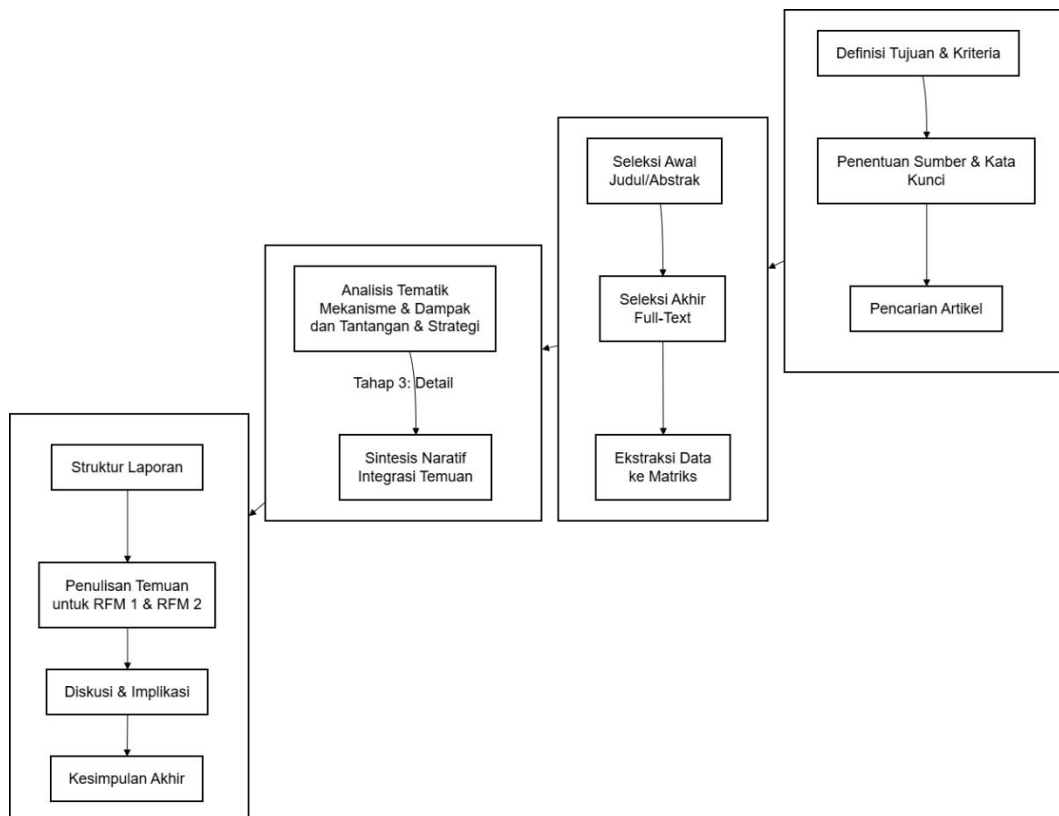
1. Bagaimana literatur yang ada mengidentifikasi mekanisme dan dampak utama Transformasi Digital berbasis *Artificial Intelligence* (AI) terhadap efisiensi komunikasi bisnis dan kualitas informasi (misalnya, transparansi, asimetri informasi, atau verifikasi data) di berbagai sektor industri?
2. Apa saja tantangan sosiokultural (seperti budaya organisasi, kompetensi digital, dan resistensi terhadap perubahan) dan implikasi etis yang muncul dari adopsi AI dalam komunikasi bisnis, dan bagaimana literatur merekomendasikan strategi manajerial untuk mengatasi hambatan sosioteknis tersebut?

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini diawali dengan Tahap Perencanaan dan Identifikasi Literatur, yang melibatkan pendefinisian tujuan kajian secara spesifik untuk menjawab rumusan masalah, penetapan kriteria inklusi artikel, serta penentuan sumber database akademik dan kata kunci strategis untuk melakukan pencarian literatur yang relevan. Proses pencarian kemudian dilaksanakan guna mengumpulkan kumpulan artikel potensial. Tahap Seleksi dan Ekstraksi Data berikutnya memproses kumpulan artikel tersebut melalui dua lapisan penyaringan: seleksi awal berdasarkan kesesuaian judul dan abstrak, diikuti seleksi akhir dengan membaca teks lengkap untuk memastikan relevansi mendalam. Artikel yang lolos seleksi kemudian mengalami ekstraksi data, di mana informasi kunci yang berkaitan dengan kedua rumusan masalah dicatat secara sistematis ke dalam matriks untuk mempermudah analisis lebih lanjut.

Data yang telah terekstrak kemudian memasuki Tahap Analisis dan Sintesis. Pada fase ini, dilakukan analisis tematik untuk mengelompokkan temuan-temuan dari literatur ke dalam tema-tema yang muncul, khususnya terkait mekanisme dan dampak AI serta tantangan dan strategi manajerial. Hasil analisis tematik kemudian disintesis secara naratif, di mana berbagai temuan dari beragam literatur dibandingkan, dikontraskan, dan diintegrasikan untuk membangun pemahaman yang koheren dan mendalam mengenai topik kajian. Sintesis ini menjadi fondasi untuk menjawab rumusan masalah secara komprehensif.

Akhirnya, Tahap Penulisan dan Kesimpulan mentransformasikan sintesis analitis menjadi laporan kajian yang utuh. Tahap ini dimulai dengan penyusunan struktur laporan, dilanjutkan dengan penulisan bagian temuan yang memaparkan jawaban untuk setiap rumusan masalah secara terperinci. Pembahasan kemudian mengintegrasikan temuan tersebut dengan teori dan diskusi yang lebih luas, merumuskan implikasi praktis dan teoritis. Proses ini diakhiri dengan perumusan kesimpulan akhir yang merangkum temuan pokok penelitian serta menyampaikan saran untuk kajian mendatang, sehingga menutup alur prosedur penelitian secara lengkap dan sistematis.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

3.1 Mekanisme dan dampak utama Transformasi Digital berbasis *Artificial Intelligence* (AI)

Transformasi Digital (DT), yang didorong oleh kemajuan teknologi canggih seperti Artificial Intelligence (AI), telah secara mendasar mengubah mekanisme dan dampak komunikasi bisnis dan kualitas informasi di berbagai sektor industry,(de Paula et al., 2023) Dalam konteks inovasi, AI memungkinkan organisasi untuk menemukan pola baru dalam data pengguna dan membuat keputusan berdasarkan pembelajaran mesin, yang menggeser proses inovasi tradisional menjadi proses yang didorong oleh data, sebagaimana dicontohkan oleh Netflix dalam membentuk pengalaman pengguna,(de Paula et al., 2023) AI berfungsi sebagai komponen penting dalam DT karena kemampuannya untuk mengaktifkan sistem yang beroperasi secara kuasi-otonom, memungkinkan pengambilan keputusan algoritmik, dan memproses sejumlah besar data untuk memperoleh wawasan baru tentang perilaku pelanggan,(de Paula et al., 2023; Li et al., 2024) AI dan teknologi digital terkait memainkan peran penting dalam meningkatkan kualitas informasi dan mengatasi masalah seperti asimetri informasi dan biaya verifikasi data, terutama dalam sektor keuangan dan layanan profesional. Misalnya, dalam perbankan, AI, *Big Data*, dan teknologi digital lainnya dapat mengurangi biaya pencarian, pemrosesan, dan verifikasi informasi,(Li et al., 2024),Secara khusus, AI membantu bank membuat profil perusahaan untuk menilai risiko kredit dan menyetujui batas kredit, sehingga mengurangi ketergantungan pada agunan fisik dan mengurangi biaya pemrosesan informasi (Li et al., 2024), Selain itu, teknologi seperti *digital supply chain finance systems* menggabungkan berbagai arus bisnis (informasi, komersial, logistik, dan modal) untuk meningkatkan kredibilitas data dan mengurangi biaya verifikasi informasi (Li et al., 2024), Transparansi ditingkatkan melalui interaksi data-sentris dan sistem canggih yang membuat proses pelaporan lebih aman dan interaktif, yang dapat mengurangi bias kognitif dan kesalahan manusia dalam penilaian profesional, misalnya dalam praktik penilaian properti (Kasim et al., 2025), eningkatan kualitas informasi ini memiliki konsekuensi ekonomi yang nyata, seperti membantu

bank mengurangi asimetri informasi dan pada akhirnya meringankan kendala keuangan perusahaan dengan meningkatkan pendanaan utang (Li et al., 2024), Adapun efisiensi komunikasi bisnis, DT secara keseluruhan adalah proses sosioteknis yang memerlukan penyesuaian antara sistem sosial dan teknis (Imran et al., 2021), Dalam konteks ini, teknologi digital canggih, termasuk AI, memfasilitasi kolaborasi yang erat antara organisasi dan para pemangku kepentingannya (internal dan eksternal) dengan menyediakan alat dan *platform* digital yang canggih (Imran et al., 2021), DT mendorong interaksi dan kreasi bersama (*co-creation*) nilai dengan pelanggan (Imran et al., 2021), namun juga menimbulkan tantangan komunikasi. Salah satu hasil kinerja utama yang dicari dari DT adalah peningkatan kolaborasi (Imran et al., 2021), tetapi ini membutuhkan pemahaman bersama: seringkali bahasa teknis yang terkait dengan digitalisasi perlu disederhanakan untuk menghindari hambatan budaya dalam kolaborasi internal (Imran et al., 2021; Sagala & Öri, 2025), Di sektor industri, teknologi memungkinkan *co-creation* nilai, di mana pelanggan semakin terlibat dalam fase pengembangan produk dan konsep (Imran et al., 2021), Dalam organisasi, AI juga mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik dengan memungkinkan pengujian asumsi secara iteratif, yang mendorong budaya eksperimen dan umpan balik yang penting untuk inovasi yang didorong oleh data (de Paula et al., 2023), Secara keseluruhan, AI mempercepat dan menyempurnakan komunikasi yang didorong oleh data, yang memungkinkan perusahaan untuk memperoleh keunggulan kompetitif dan meningkatkan efektivitas organisasi (Imran et al., 2021; Ji et al., 2024; Yang & Masron, 2023).

3.2 Tantangan sosiokultural dan implikasi etis yang muncul dari adopsi AI dalam komunikasi bisnis

Tantangan sosiokultural dan implikasi etis yang muncul dari adopsi *Artificial Intelligence* (AI) dalam komunikasi bisnis berakar pada pergeseran yang lebih luas yang didorong oleh Transformasi Digital (TD), yang pada dasarnya merupakan proses sosioteknis yang memerlukan penyesuaian antara sistem sosial dan sistem teknis. Tantangan sosiokultural utama adalah inersia sosio-kognitif yang melekat dalam organisasi, di mana tim sering kali mengandalkan kebiasaan dan cara berpikir lama (*inherited habits*) untuk memecahkan masalah, sehingga menghambat inovator untuk melihat potensi penuh gangguan digital (de Paula et al., 2023), Budaya organisasi yang kaku, berpusat pada rekayasa, dan berpusat pada teknologi sering kali menjadi ancaman bagi respons kreatif terhadap gangguan digital (de Paula et al., 2023), Misalnya, beberapa proyek dimulai dengan memikirkan teknologi tertentu (seperti *blockchain*) daripada menyelidiki kebutuhan mendasar yang sebenarnya (de Paula et al., 2023), Adopsi AI dan digital menuntut perubahan pola pikir dan budaya yang signifikan (de Paula et al., 2023; Imran et al., 2021), di mana organisasi harus membina budaya eksperimen, kegagalan, dan umpan balik untuk mendorong perilaku inovatif (de Paula et al., 2023), Jika budaya perusahaan kaku dan berpusat pada teknologi, hal itu menghambat karyawan untuk mengembangkan perilaku inovatif yang mendukung TD (de Paula et al., 2023), Selain itu, ada tantangan spesifik dalam komunikasi bisnis yang timbul dari perbedaan kompetensi dan pola pikir, di mana bahasa teknis yang terkait dengan digitalisasi (seperti *agile* atau *RPA*) seringkali tidak dipahami oleh semua karyawan, sehingga menciptakan hambatan budaya yang harus diatasi (Iden & Bygstad, 2025; Imran et al., 2021), Sementara itu, implikasi etis utama dari adopsi AI dan digital terutama berpusat pada masalah yang berkaitan dengan data, privasi, dan keamanan. Penggunaan AI dalam komunikasi bisnis bergantung pada pengumpulan dan analisis data dalam jumlah besar (de Paula et al., 2023), yang secara inheren meningkatkan risiko keamanan siber dan masalah privasi data (Kasim et al., 2025; Yang & Masron, 2023), Meskipun sumber tidak secara langsung membahas bias algoritmik (*algorithmic bias*) dalam konteks komunikasi bisnis, implikasi etis ini sangat nyata dalam konteks yang lebih luas, seperti dalam layanan keuangan dan properti. Misalnya, model penilaian properti canggih (*Advanced Valuation Models*) dan AI menimbulkan kekhawatiran tentang transparansi, interpretasi *output*, dan bias (Kasim et al., 2025), dan ketergantungan pada teknologi digital dari pihak ketiga untuk pengumpulan data menimbulkan risiko privasi dan keamanan data (Kasim et al., 2025), Untuk mengatasi hambatan sosioteknis dan tantangan sosiokultural ini, literatur merekomendasikan strategi manajerial yang terutama berfokus pada perubahan kognitif dan perilaku, yang dikenal sebagai model mental manajerial (*managerial mental model*) (de Paula et al., 2023), Mengamankan Dukungan Manajemen Puncak (Kepemimpinan): Dukungan manajemen puncak yang serius, komitmen jangka panjang, dan keterbukaan terhadap

perubahan sangat penting (de Paula et al., 2023), Pemimpin harus memberikan visi dan inspirasi untuk memberdayakan karyawan, menantang proses yang ada, dan fokus pada pembangunan kapabilitas internal jangka panjang (de Paula et al., 2023; Imran et al., 2021), Kepemimpinan yang kompeten berperan sentral dalam memperbaiki asumsi yang sudah ketinggalan zaman dan tidak valid, mengonseptualisasikan ide-ide baru, dan memperkuat nilai-nilai budaya (Imran et al., 2021; Liu et al., 2025), Mendorong Budaya Percobaan dan Pembelajaran: Penting untuk memelihara budaya eksperimen, kegagalan, dan umpan balik (de Paula et al., 2023; Imran et al., 2021), Manajer harus menciptakan lingkungan yang aman dan mendukung untuk pengujian asumsi secara berulang (de Paula et al., 2023), serta menggunakan metrik non-tradisional yang menilai nilai digital, seperti moral tim dan keterlibatan karyawan (de Paula et al., 2023), Meningkatkan Kompetensi dan Kolaborasi (Sistem Sosial): Perusahaan harus menyediakan pelatihan yang tepat dan sumber daya yang memadai bagi karyawan (de Paula et al., 2023), serta mendorong pembentukan tim lintas disiplin/fungsi (de Paula et al., 2023), untuk memecahkan masalah secara kolektif (de Paula et al., 2023; Imran et al., 2021), Kolaborasi internal harus ditingkatkan melalui pemanfaatan platform digital dan mengatasi hambatan bahasa teknis agar semua pihak dapat memahami inisiatif TD (Iden & Bygstad, 2025; Imran et al., 2021), Mengintegrasikan AI dengan Fokus pada Manusia (Human-Centric): Meskipun keterampilan teknis relevan, solusi digital tidak boleh didasarkan pada teknologi itu sendiri, melainkan harus dimulai dengan pemahaman mendalam tentang kebutuhan pengguna/pelanggan melalui empati dan teknik *reframing* (de Paula et al., 2023), Penggunaan AI harus diatur untuk memastikan transparansi dan kepatuhan terhadap etika data, sehingga memperkuat kepercayaan pemangku kepentingan (Kasim et al., 2025).

4. KESIMPULAN

transformasi digital yang digerakkan oleh kecerdasan buatan memainkan peran penting dalam mengubah komunikasi bisnis dan kualitas informasi di berbagai sektor. AI memungkinkan pengambilan keputusan berbasis data, meningkatkan transparansi, mengurangi asimetri informasi, serta mempercepat dan mempertajam komunikasi yang digerakkan oleh data, sehingga memberikan keunggulan kompetitif bagi organisasi. Namun, implementasi AI juga menghadapi tantangan sosio-kultural seperti inersia kognitif, budaya organisasi yang kaku, serta kesenjangan kompetensi digital yang dapat menghambat kolaborasi. Di sisi etis, muncul kekhawatiran terkait privasi data, keamanan siber, dan potensi bias algoritmik. Untuk mengatasi hambatan tersebut, literatur merekomendasikan strategi manajerial yang meliputi kepemimpinan yang visioner dan komitmen dari tingkat atas, pembudayaan eksperimen dan pembelajaran, peningkatan kompetensi serta kolaborasi lintas fungsi, serta pendekatan yang berfokus pada manusia dengan mengutamakan empati dan kebutuhan pengguna. Secara keseluruhan, keberhasilan transformasi digital berbasis AI dalam komunikasi bisnis tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga pada keselarasan aspek sosioteknis dan kepemimpinan yang adaptif.

REFERENCES

- Akter, S., Biswas, K., Vrontis, D., Cooper, S. C. L., & Tarba, S. Y. (2024). Mastering digital transformation in workforce management. *Production Planning and Control*, 35(13), 1525–1532. <https://doi.org/10.1080/09537287.2023.2270465>
- Anthony Jnr, B. (2021). Managing digital transformation of smart cities through enterprise architecture—a review and research agenda. *Enterprise Information Systems*, 15(3), 299–331. <https://doi.org/10.1080/17517575.2020.1812006>
- Brummer, M., & Ueno, H. (2024). Crisis and choice in digital transformation: COVID-19 and the punctuated politics of government DX in Japan. *Asia Pacific Journal of Public Administration*, 46(4), 360–391. <https://doi.org/10.1080/23276665.2023.2282472>
- Cefis, E., Leoncini, R., Marengo, L., & Montresor, S. (2023). Firms and innovation in the new industrial paradigm of the digital transformation. *Industry and Innovation*, 30(1), 1–16. <https://doi.org/10.1080/13662716.2022.2161875>
- de Paula, D., Marx, C., Wolf, E., Dremel, C., Cormican, K., & Uebernickel, F. (2023). A managerial mental model to drive innovation in the context of digital transformation. *Industry and Innovation*, 30(1), 42–66. <https://doi.org/10.1080/13662716.2022.2072711>

- Haugom, L., Aanestad, M., Van Puyvelde, D., & Stenslie, S. (2025). The journey of digital transformation in intelligence organizations. *Intelligence and National Security*, 00(00), 1–13. <https://doi.org/10.1080/02684527.2025.2565943>
- Iden, J., & Bygstad, B. (2025). Sociotechnical micro-foundations for digital transformation. *European Journal of Information Systems*, 34(2), 367–382. <https://doi.org/10.1080/0960085X.2024.2347950>
- Imran, F., Shahzad, K., Butt, A., & Kantola, J. (2021). Digital Transformation of Industrial Organizations: Toward an Integrated Framework. *Journal of Change Management*, 21(4), 451–479. <https://doi.org/10.1080/14697017.2021.1929406>
- Ji, L., Jiang, W., & Deng, B. (2024). Corporate digital transformation and cost of equity capital. *China Journal of Accounting Studies*, 12(4), 693–721. <https://doi.org/10.1080/21697213.2025.2469707>
- Kasim, I., Amidu, A. R., & Levy, D. (2025). Drivers and implications of digital transformation in property valuation practice in New Zealand. *Journal of Property Research*, 42(4), 380–413. <https://doi.org/10.1080/09599916.2025.2498971>
- Li, X., Zhong, Q., & Yang, G. (2024). Commercial bank digital transformation, information costs, and corporate financial constraints. *China Journal of Accounting Studies*, 12(1), 140–163. <https://doi.org/10.1080/21697213.2024.2336094>
- Liu, H., Cong, R., Liu, L., Li, P., & Ma, S. (2025). The impact of digital transformation on innovation efficiency in construction enterprises under the dual carbon background. *Journal of Asian Architecture and Building Engineering*, 00(00), 1–18. <https://doi.org/10.1080/13467581.2025.2499723>
- Nguyen-Thi-Huong, L., Nguyen-Viet, H., Nguyen-Phuong, A., & Van Nguyen, D. (2023). How does digital transformation impact bank performance? *Cogent Economics and Finance*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23322039.2023.2217582>
- Sagala, G. H., & Öri, D. (2025). Exploring digital transformation strategy to achieve SMEs resilience and antifragility: a systematic literature review. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 37(3), 495–524. <https://doi.org/10.1080/08276331.2024.2392080>
- Shahzad, K., Imran, F., & Butt, A. (2025). Digital Transformation and Changes in Organizational Structure: Empirical Evidence from Industrial Organizations. *Research Technology Management*, 68(3), 25–40. <https://doi.org/10.1080/08956308.2025.2465706>
- Yang, F., & Masron, T. A. (2023). Does financial inclusion moderate the effect of digital transformation on banks' performance in China? *Cogent Economics and Finance*, 11(2). <https://doi.org/10.1080/23322039.2023.2267270>
- Zeng, C., Wu, Y., & Zhang, M. (2024). Corporate digital transformation and safety production performance: empirical evidence from A-share listed companies. *China Journal of Accounting Studies*, 12(1), 164–198. <https://doi.org/10.1080/21697213.2023.2300288>