

# Analisis Etika, Komunikasi Lintas Budaya, dan Tren Komunikasi Bisnis di Era Digital: Studi Kasus Sabrina Pada Bank Rakyat Indonesia (BRI)

Indah Anggraeni Purnama Sari<sup>1\*</sup>, Juharna<sup>2</sup>, Masduki Asbari<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Magister Manajemen, Universitas Insan Pembangunan Indonesia

Corresponding Email: [indahanggraenips20@gmail.com](mailto:indahanggraenips20@gmail.com)

Submit : 02 Des 2025 | Diterima : 27 Des 2025 | Terbit : 30 Des 2025

## ABSTRACT

*This study analyzes the application of Artificial Intelligence (AI)-based service technology in the context of digital business communications, using a case study of the Sabrina Chatbot at Bank Rakyat Indonesia (BRI). The research focuses on aspects of business ethics, cross-cultural communication, and modern digital communication trends. The method used is descriptive qualitative literature review, with data obtained from books, journals, articles, and online publications related to chatbot implementation, digital ethics, and cross-cultural communication. The results show that the Sabrina Chatbot can improve service efficiency, accessibility, and personalize customer interactions through its Natural Language Processing (NLP) capabilities that support regional languages. The integration of Uncertainty Reduction Theory (URT) principles into the chatbot design helps reduce user uncertainty and strengthen trust. A hybrid-service strategy that combines AI and human interaction has proven effective in maintaining a personal touch, inclusivity, and information accuracy. This study emphasizes that the integration of AI in banking services must maintain ethical principles, data security, and cultural representation, while supporting an adaptive and responsive customer experience in the digital era.*

**Keywords:** Chatbot, Digital Business Ethics, Cross-Cultural Communication, Business Communication Trends.

## ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis penerapan teknologi layanan berbasis Artificial Intelligence (AI) dalam konteks komunikasi bisnis digital, dengan studi kasus Sabrina Chatbot di Bank Rakyat Indonesia (BRI). Fokus penelitian meliputi aspek etika bisnis, komunikasi lintas budaya, dan tren komunikasi digital modern. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif melalui studi literatur, dengan data yang diperoleh dari buku, jurnal, artikel, dan publikasi daring terkait implementasi chatbot, etika digital, dan komunikasi lintas budaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sabrina Chatbot mampu meningkatkan efisiensi layanan, aksesibilitas, dan personalisasi interaksi nasabah melalui kemampuan Natural Language Processing (NLP) yang mendukung bahasa daerah. Integrasi prinsip Uncertainty Reduction Theory (URT) dalam desain chatbot membantu mengurangi ketidakpastian pengguna dan memperkuat kepercayaan. Strategi hybrid-service yang memadukan AI dan interaksi manusia terbukti efektif dalam menjaga sentuhan personal, inklusivitas, serta akurasi informasi. Penelitian ini menegaskan bahwa integrasi AI dalam layanan perbankan harus tetap memperhatikan prinsip etika, keamanan data, dan representasi budaya, sekaligus mendukung pengalaman pelanggan yang adaptif dan responsif di era digital.

**Kata kunci:** Chatbot, Etika Bisnis Digital, Komunikasi Lintas Budaya, Tren Komunikasi Bisnis.

## PENDAHULUAN

Etika bisnis merupakan landasan penting dalam menjaga integritas dan keberlanjutan suatu organisasi. Secara konseptual, etika bisnis mencakup seperangkat nilai, prinsip moral, serta standar

perilaku yang mengarahkan pelaku usaha untuk bertindak adil, jujur, dan bertanggung jawab dalam setiap aktivitas ekonomi (Jeffrey et al., 2023). Kepatuhan terhadap aturan, pemenuhan kewajiban, dan penghormatan terhadap hak serta kepentingan pihak lain menjadi elemen kunci dalam praktik etis yang berkualitas (Durin, 2020). Dalam perspektif yang lebih luas, perilaku bisnis yang berintegritas tidak hanya berdampak pada reputasi perusahaan, tetapi juga berkontribusi pada terciptanya hubungan yang harmonis antara organisasi dan para pemangku kepentingan (Bamanty et al., 2020). Dengan demikian, tata kelola etis menjadi faktor strategis yang memengaruhi efektivitas interaksi, kemitraan, dan jaringan komunikasi bisnis (Alkahfi & Nawawi, 2023).

Dalam konteks layanan digital perbankan, prinsip etika bisnis semakin penting untuk memastikan pemanfaatan teknologi berjalan secara adil dan bertanggung jawab. Penggunaan chatbot seperti Sabrina memungkinkan pengolahan data dalam jumlah besar dan interaksi otomatis dengan nasabah, sehingga muncul tuntutan terhadap transparansi informasi, keamanan data pribadi, serta kejelasan batasan peran antara manusia dan teknologi. Pelanggaran terhadap aspek-aspek tersebut dapat mengurangi kepercayaan publik dan menimbulkan risiko etis dalam komunikasi digital. Oleh karena itu, integrasi AI dalam komunikasi bisnis harus memperhatikan perlindungan hak nasabah serta memastikan bahwa layanan digital tetap berorientasi pada kepastian, kejujuran, dan penghormatan terhadap pengguna.

Selain aspek etika bisnis, komunikasi lintas budaya juga menjadi perhatian penting dalam layanan digital perbankan. Indonesia memiliki keragaman budaya yang tercermin pada perbedaan bahasa, dialek, serta kebiasaan dalam berkomunikasi. Perbedaan tersebut dapat memengaruhi cara nasabah menyampaikan informasi maupun memahami pesan yang diberikan oleh sistem layanan perbankan digital. Oleh karena itu, teknologi seperti chatbot perlu dirancang agar mampu menyesuaikan diri dengan karakteristik komunikasi masyarakat dari berbagai latar budaya, sehingga interaksi dapat berjalan efektif dan tidak menimbulkan kesalahpahaman. Penyesuaian komunikasi digital terhadap keragaman budaya diharapkan dapat meningkatkan kenyamanan, kedekatan, dan kepercayaan nasabah dalam memanfaatkan layanan berbasis AI.

Perkembangan teknologi digital turut merevolusi dinamika komunikasi bisnis modern. Interaksi yang sebelumnya bergantung pada tatap muka kini berkembang menjadi sistem layanan yang terintegrasi dengan teknologi cerdas, termasuk kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI). Dalam sektor perbankan, Bank Rakyat Indonesia (BRI) menjadi salah satu institusi yang berinovasi melalui penerapan Sabrina (Smart BRI New Assistant), sebuah chatbot berbasis AI yang memberikan layanan cepat, responsif, dan terotomatisasi melalui platform percakapan seperti WhatsApp. Kehadiran Sabrina tidak hanya mempercepat proses layanan, tetapi juga memunculkan diskursus baru terkait aspek etika, akurasi informasi, keamanan data, serta kesetaraan komunikasi antara manusia dan sistem otomatis. Fenomena ini sekaligus mencerminkan transformasi komunikasi bisnis yang semakin digital, adaptif, dan lintas budaya.

Sabrina dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan chatbot perbankan yang paling banyak digunakan di Indonesia dan menjadi kanal layanan digital utama bagi nasabah BRI. Meskipun penggunaan chatbot dalam layanan perbankan telah banyak diteliti, sebagian besar penelitian masih berfokus pada aspek teknis dan efisiensi operasional. Belum banyak kajian yang mengintegrasikan analisis etika digital, komunikasi lintas budaya, serta strategi komunikasi bisnis dalam pemanfaatan AI, khususnya pada konteks perbankan Indonesia yang memiliki tingkat keberagaman budaya tinggi. Hal ini menunjukkan adanya research gap yang perlu diisi melalui penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana penerapan teknologi layanan berbasis AI dengan studi kasus Sabrina BRI yang berdampak pada etika bisnis, pola komunikasi lintas budaya, dan pengalaman pelanggan. Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya memahami bagaimana integrasi teknologi cerdas dalam layanan publik harus tetap sejalan dengan prinsip etika, transparansi, dan komunikasi yang efektif agar mampu meningkatkan kepercayaan serta kepuasan nasabah di era digital.

## KAJIAN TEORITIS

### 1. Analisis Etika dalam Komunikasi Bisnis Digital

Etika dalam komunikasi bisnis digital menekankan pentingnya integritas, kejujuran, akurasi informasi, serta tanggung jawab dalam memanfaatkan berbagai media digital. Di era informasi yang bergerak cepat, perusahaan menghadapi tantangan etika yang semakin kompleks, terutama terkait penyebaran misinformasi dan disinformasi yang berpotensi merusak reputasi dan menurunkan kepercayaan publik. Selain itu, isu privasi data konsumen menjadi perhatian besar mengingat meningkatnya risiko kebocoran data, penyalahgunaan informasi pribadi, dan praktik pengumpulan data yang tidak transparan. Dalam konteks pemasaran digital, transparansi komunikasi juga menjadi aspek krusial, terutama dalam penggunaan iklan digital, kerja sama dengan influencer, serta kampanye online yang harus menghindari manipulasi atau klaim yang menyesatkan.

Pertimbangan etika sangat penting dalam pengembangan AI untuk memastikan sistem ini aman, adil, dan transparan. Diagram Venn menggambarkan interaksi antara tiga aspek utama: transparansi, keadilan, dan privasi.

Transparansi, Keterjelasan, dan Kejelasan mengacu pada upaya membuat sistem AI jelas dan mudah dipahami oleh pengguna. Keadilan mengharuskan sistem AI dirancang secara adil dan tanpa bias. Privasi, atau "Perlindungan dan Persetujuan Data", berfokus pada perlindungan data pribadi dan perolehan persetujuan yang terinformasi untuk penggunaannya (Radanliev, 2025).

Aspek-aspek ini saling terkait, dan perpotongan diagram Venn menggambarkan bagaimana keduanya saling tumpang tindih. Misalnya, perpotongan antara transparansi dan keadilan disebut akuntabilitas, yang menekankan pentingnya pengambilan keputusan AI yang transparan dan adil. Perpotongan antara transparansi dan privasi, yang disebut kepercayaan pengguna, menekankan perlunya transparansi dalam penggunaan dan perlindungan data (Aldoseri, Al-Khalifa, & Hamouda, 2023).

Penerapan prinsip etika yang kuat dalam seluruh aktivitas komunikasi digital tidak hanya meningkatkan kredibilitas perusahaan, tetapi juga memperkuat citra profesional dan membantu membangun hubungan jangka panjang yang sehat dan saling menguntungkan antara perusahaan dan konsumen (Uljannah & Ibrahim, 2023).

## 2. Teori Komunikasi Lintas Budaya

Teori dapat memudahkan peneliti dalam menganalisis fenomena. Pada penelitian ini berfokus pada komunikasi lintas budaya dalam era digital. Sebagaimana interaksi atau komunikasi yang dilakukan oleh dua atau lebih budaya yang berbeda dalam penyampaian dan penerimaan informasi melalui media sosial. Adapun teori yang relevan terkait komunikasi lintas budaya tersebut yakni *Uncertainty Reduction Theory*.

*Uncertainty Reduction Theory* (URT) atau teori Pengurangan Ketidakpastian merupakan teori yang mengkaji fenomena ketika individu mengalami ketidakpastian terhadap perilaku, norma, atau nilai budaya orang lain. Dikemukakan pertama kali oleh Charles Berger dan Richard Calabrese pada tahun 1975. Saat orang lain dengan latar budaya yang berbeda bertemu dan berinteraksi tentu fokus utama mereka adalah mengurangi ketidakpastian satu sama lain dengan tujuan membangun hubungan. Menurut pandangan Holliday dalam (Putra et al., 2024), Teori Pengurangan Ketidakpastian menekankan pentingnya mengurangi ketidakpastian dalam interaksi antar budaya.

## 3. Tren Komunikasi Bisnis Era Digital

Perkembangan teknologi digital telah menghadirkan berbagai tren komunikasi bisnis yang lebih cepat, interaktif, dan berorientasi pada pemanfaatan data (Aprilia & Rosyidi, 2024). Digital marketing dan media sosial kini menjadi saluran utama yang memungkinkan perusahaan membangun interaksi langsung dengan konsumen secara real time. Selain itu, penggunaan platform komunikasi seperti Zoom, Google Meet, dan Slack semakin mempermudah kolaborasi jarak jauh dan mendukung fleksibilitas kerja (Lusliantanto G, 2024)

Tren lainnya yang semakin menonjol adalah otomatisasi dan pemanfaatan kecerdasan buatan, termasuk penggunaan chatbot, personalisasi pesan, dan analisis perilaku pengguna untuk meningkatkan efektivitas layanan dan pemasaran. Dominasi konten visual dan video dalam strategi komunikasi juga semakin kuat, karena format tersebut dianggap lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens. Seluruh perkembangan ini menuntut perusahaan untuk terus berinovasi dan

meningkatkan literasi teknologi agar mampu beradaptasi, tetap relevan, dan mempertahankan keunggulan kompetitif di tengah dinamika komunikasi digital yang terus berkembang (Luslidiyanto G, 2024)

#### 4. Strategi Komunikasi Bisnis

##### a. Model Komunikasi Organisasi

Model komunikasi organisasi menjelaskan bagaimana proses pertukaran pesan terjadi dalam struktur organisasi untuk mencapai efektivitas kerja. Robbins dan Judge menekankan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari pengirim kepada penerima melalui berbagai saluran yang dapat dipengaruhi oleh hambatan seperti persepsi, emosi, dan bahasa (Robbins & Judge, 2017). Komunikasi organisasi yang efektif memungkinkan koordinasi antarunit, penyampaian informasi yang akurat, dan pengambilan keputusan yang tepat (Wahyutomo et al., 2024). Sementara itu, Kotler dan Keller melihat komunikasi sebagai bagian dari sistem pemasaran terpadu, di mana organisasi perlu membangun komunikasi yang konsisten melalui berbagai saluran untuk memastikan pesan diterima secara jelas oleh pelanggan (Kotler & Keller, 2016). Dengan demikian, model komunikasi organisasi menekankan pentingnya alur pesan yang terstruktur, saluran yang tepat, dan konsistensi informasi untuk meningkatkan kinerja organisasi.

##### b. Strategi Diferensiasi Layanan Digital

Strategi diferensiasi layanan digital merupakan pendekatan yang digunakan organisasi untuk menciptakan nilai tambah unik melalui inovasi digital sehingga membedakan layanan mereka dari pesaing. Diferensiasi dapat dilakukan melalui kualitas platform, kemudahan penggunaan, kecepatan layanan, personalisasi berbasis data, dan fitur digital yang inovatif. Menurut Porter, diferensiasi memungkinkan organisasi menghasilkan keunggulan kompetitif melalui penawaran unik yang tidak dimiliki pesaing (Talambanua et al., 2023). Dalam konteks layanan digital, diferensiasi juga berkaitan dengan kemampuan organisasi memanfaatkan teknologi seperti AI, big data, dan sistem otomatisasi untuk meningkatkan pengalaman pelanggan. Kotler dan Keller menambahkan bahwa diferensiasi yang baik harus relevan, bermakna, dan mampu memberikan manfaat nyata bagi pelanggan (Kotler & Keller, 2016).

##### c. Konsep Omni-channel, Customer Experience, dan Hybrid-Service Model

Konsep omni-channel mengacu pada integrasi berbagai saluran layanan, baik online maupun offline, sehingga pelanggan memperoleh pengalaman yang konsisten dan terhubung di setiap titik interaksi. Menurut Verhoef et al., omni-channel bertujuan menciptakan perjalanan pelanggan (customer journey) yang seamless melalui integrasi teknologi, data, dan proses operasional (Verhoef et al., 2015). Sementara itu, customer experience (CX) merupakan persepsi holistik pelanggan terhadap seluruh interaksi mereka dengan perusahaan. Lemon dan Verhoef menjelaskan bahwa CX terbentuk melalui berbagai touchpoints yang melibatkan emosi, kognisi, dan nilai yang diterima pelanggan (Lemon & Verhoef, 2016).

Model hybrid-service menggabungkan layanan fisik dan digital untuk memberikan fleksibilitas dan kenyamanan bagi pelanggan. Hybrid-service memungkinkan pelanggan memilih bentuk layanan sesuai preferensi, misalnya layanan tatap muka yang dipadukan dengan aplikasi digital. Model ini semakin relevan di era transformasi digital karena mendukung efisiensi dan meningkatkan keterjangkauan layanan. Secara keseluruhan, omni-channel, CX, dan hybrid-service saling berhubungan dalam menciptakan pengalaman layanan yang modern, terintegrasi, dan berorientasi pelanggan.

### METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi literatur. Pendekatan deskriptif kualitatif dipilih untuk menggambarkan fenomena, konsep, dan praktik komunikasi bisnis digital, etika dalam penggunaan AI, serta tren komunikasi lintas budaya secara

mendalam tanpa melakukan manipulasi terhadap data. Data penelitian diperoleh melalui kajian literatur yang mencakup buku, jurnal ilmiah, artikel, laporan penelitian, serta publikasi daring terkait implementasi chatbot Sabrina di Bank BRI, etika bisnis digital, dan komunikasi lintas budaya. Analisis dilakukan secara sistematis dengan membaca, mengidentifikasi, dan menafsirkan informasi yang relevan, kemudian menyusunnya ke dalam tema-tema utama seperti etika penggunaan AI, komunikasi lintas budaya, serta tren komunikasi bisnis di era digital. Dengan metode ini, penelitian mampu menyajikan pemahaman komprehensif mengenai dampak dan tantangan penggunaan Sabrina sebagai inovasi digital perbankan, sekaligus memberikan landasan teoritis yang kuat untuk membahas implikasi etis, sosial, dan bisnis dari implementasi teknologi AI dalam layanan pelanggan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Analisis Etika dalam Penggunaan Sabrina Chatbot

Penggunaan AI dalam layanan perbankan membawa peluang sekaligus tantangan etis. Beberapa aspek kunci yang muncul dari kasus Sabrina antara lain: (Lestari, 2020)

#### a. Privasi dan Keamanan Data

BRI memanfaatkan teknologi AI untuk mengolah data nasabah, termasuk pertanyaan, riwayat layanan, dan preferensi. Hal ini menuntut adanya standar keamanan data yang ketat agar tidak terjadi kebocoran, penyalahgunaan, atau akses tidak sah. Transparansi mengenai bagaimana data digunakan menjadi aspek etika utama dalam layanan digital perbankan.

#### b. Transparansi Peran AI

Chatbot harus memberikan kejelasan bahwa pengguna sedang berinteraksi dengan chatbot, bukan manusia. Transparansi ini penting agar nasabah memiliki ekspektasi yang realistis terhadap kemampuan dan keterbatasan sistem.

#### c. Keadilan Akses dan Inklusivitas

Walaupun AI meningkatkan efisiensi, terdapat risiko timbulnya kesenjangan bagi pengguna yang tidak terbiasa dengan teknologi digital, seperti lansia atau masyarakat di daerah dengan konektivitas terbatas. Etika pelayanan menuntut agar BRI tetap menyediakan alternatif layanan konvensional.

#### d. Dehumanisasi Layanan

Ketika layanan semakin otomatis, potensi berkurangnya sentuhan personal perlu diperhatikan. Untuk kasus yang bersifat emosional atau kompleks, kehadiran agen manusia tetap dibutuhkan. BRI mengantisipasinya dengan menyediakan fitur *fallback* ke agen manusia jika chatbot tidak bisa menyelesaikan masalah.

### 2. Komunikasi Lintas Budaya dalam Desain Sabrina

Indonesia adalah negara multikultural dengan ratusan bahasa dan dialek. BRI memahami konteks ini dan mengembangkan Sabrina agar memiliki kemampuan *Natural Language Processing* (NLP) yang mendukung berbagai variasi bahasa (Lestari, 2020)

#### a. Penggunaan Bahasa Daerah

Sabrina dilengkapi kemampuan memahami bahasa daerah seperti Jawa, Sunda, dan Padang. Hal ini menjadikan layanan lebih inklusif bagi nasabah dari berbagai latar belakang budaya.

#### b. Meningkatkan Kepercayaan dan Kedekatan Emosional

Bahasa adalah manifestasi budaya. Ketika chatbot mampu menggunakan bahasa lokal, nasabah merasa lebih dihargai dan dipahami, sehingga meningkatkan trust dalam komunikasi digital.

#### c. Tantangan Linguistik

Keanekaragaman dialek dapat memicu kesalahan interpretasi. AI harus terus dilatih untuk memahami nuansa bahasa daerah agar tidak menimbulkan miskomunikasi.

#### d. Representasi Budaya yang Adil

Bank harus memastikan bahwa dukungan bahasa daerah tidak hanya terfokus pada bahasa mayoritas, tetapi juga mencakup kelompok minoritas untuk menghindari bias budaya.

Penerapan URT dalam desain Sabrina terlihat dari bagaimana BRI membangun chatbot berbasis AI yang mampu meminimalkan ketidakpastian pengguna ketika berkomunikasi dengan sistem digital. Sebagai negara multikultural dengan ratusan bahasa dan dialek, Indonesia menuntut adanya sistem layanan yang mampu beradaptasi dengan keragaman tersebut. Oleh karena itu, BRI melengkapi Sabrina dengan kemampuan Natural Language Processing (NLP) yang dapat mengenali variasi bahasa dan gaya komunikasi masyarakat Indonesia (Lestari, 2020).

Salah satu implementasi pentingnya adalah penggunaan bahasa daerah. Sabrina dirancang agar mampu memahami bahasa seperti Jawa, Sunda, hingga Padang, sehingga pengguna tidak hanya bergantung pada bahasa Indonesia standar. Pendekatan ini efektif dalam mengurangi ketidakpastian pengguna menurut URT, karena bahasa daerah memberikan rasa familiar, kenyamanan, dan kejelasan makna dalam interaksi digital. Dengan demikian, pengguna tidak perlu menyesuaikan diri secara berlebihan terhadap sistem; sebaliknya, sistemlah yang beradaptasi dengan keragaman budaya mereka.

Kemampuan ini juga berdampak pada peningkatan kepercayaan dan kedekatan emosional. Dalam konteks URT, pengurangan ketidakpastian berperan besar dalam membangun trust. Ketika Sabrina mampu memahami bahasa lokal, pengguna merasa dihargai, direpresentasikan, dan lebih yakin bahwa informasi yang mereka sampaikan dipahami dengan benar. Bahasa sebagai simbol budaya memainkan peran kunci dalam menciptakan kedekatan psikologis meskipun interaksinya dilakukan dengan sistem AI.

Namun demikian, terdapat tantangan linguistik yang tidak dapat diabaikan. Keanekaragaman dialek dapat menimbulkan risiko salah interpretasi, yang justru meningkatkan ketidakpastian pengguna jika sistem tidak memberikan respons tepat. Oleh karena itu, kemampuan AI harus terus dilatih menggunakan dataset bahasa daerah yang luas agar dapat memahami konteks, idiom, dan struktur bahasa secara lebih akurat. Hal ini sejalan dengan prinsip URT bahwa ketidakpastian hanya dapat dikurangi melalui peningkatan kualitas informasi.

Selain itu, aspek representasi budaya yang adil juga penting dalam perspektif komunikasi lintas budaya. BRI harus memastikan bahwa dukungan terhadap bahasa daerah tidak hanya difokuskan pada bahasa mayoritas, tetapi juga mencakup kelompok minoritas untuk mencegah bias teknologi. Jika AI hanya mengakomodasi budaya dominan, maka ketidakpastian dan ketidaksetaraan komunikasi akan meningkat, sehingga berpotensi menimbulkan eksklusi digital.

Secara keseluruhan, desain Sabrina menunjukkan bahwa integrasi teori komunikasi lintas budaya khususnya URT dalam teknologi AI dapat meningkatkan efektivitas komunikasi, memperkuat pengalaman pengguna, dan membuat layanan digital lebih adaptif terhadap keragaman budaya masyarakat Indonesia.

### **3. Tren Komunikasi Bisnis di Era Digital Berdasarkan Kasus Sabrina**

Kasus Sabrina menggambarkan transformasi besar dalam dunia bisnis modern, terutama dalam hal komunikasi perusahaan dengan pelanggan (Lestari, 2020)

#### **a. Conversational Banking**

Chatbot memungkinkan interaksi natural melalui percakapan layaknya manusia. Sabrina melayani 24/7 dan dapat menangani banyak permintaan sekaligus, mempercepat proses transaksi dan informasi.

Data empiris menunjukkan bahwa performa Sabrina diakui secara nasional. Berdasarkan hasil Bank Service Excellence Monitor (BSEM) 2024 yang dilakukan oleh Biro Riset Infobank bekerja sama dengan Marketing Research Indonesia (MRI), Sabrina menduduki peringkat pertama sebagai chatbot bank terbaik di Indonesia dengan skor 92,10%, mengungguli bank lainnya seperti Mandiri (90,63%) dan BNI (89,87%). Capaian ini menegaskan bahwa pemanfaatan AI pada layanan perbankan tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga mampu membangun kepercayaan pengguna melalui pengalaman komunikasi yang cepat dan akurat. Selain itu, ekosistem digital BRI diperkuat oleh aplikasi BRImo yang juga meraih peringkat pertama mobile banking dengan skor 95,55%, menunjukkan keberhasilan strategi omnichannel dalam meningkatkan kualitas komunikasi layanan

Temuan ini memperkuat penerapan teori Uncertainty Reduction Theory (URT), di mana layanan berbasis AI membantu mengurangi ketidakpastian pengguna dalam memperoleh informasi yang relevan dan andal.

b. Otomatisasi untuk Efisiensi

Implementasi Sabrina secara signifikan menurunkan biaya operasional BRI. Banyak pertanyaan standar dapat dijawab otomatis tanpa intervensi manusia, mengurangi beban call center.

c. Layanan yang Dipersonalisasi

Dengan memanfaatkan data nasabah, Sabrina memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna, misalnya informasi produk yang relevan, bimbingan transaksi, atau penawaran khusus.

d. Multichannel Communication

Sabrina diintegrasikan dengan WhatsApp Business Platform, aplikasi yang sangat populer di Indonesia. Tren ini menunjukkan bahwa organisasi mengikuti perilaku komunikasi pelanggan dengan berada di platform yang mereka gunakan sehari-hari.

e. Hybrid Communication: AI + Manusia

Meskipun AI semakin canggih, peran manusia tetap penting. BRI mengadopsi model *hybrid* di mana chatbot menangani pertanyaan umum, sementara agen manusia menangani kasus rumit. Ini selaras dengan tren global yang menggabungkan efisiensi mesin dan empati manusia.

#### 4. Penguatan: Strategi Komunikasi Organisasi melalui Kolaborasi AI - Manusia di BRI

Dalam kerangka komunikasi organisasi modern, BRI menerapkan strategi komunikasi yang adaptif dengan memadukan peran teknologi kecerdasan buatan (AI) dan interaksi manusia untuk menciptakan sistem layanan yang lebih efektif, efisien, dan responsif. Pendekatan ini sejalan dengan model komunikasi organisasi Robbins & Judge yang menekankan pentingnya kejelasan saluran komunikasi dan efektivitas aliran informasi dalam mendukung tujuan organisasi. Dalam konteks ini, chatbot Sabrina berfungsi sebagai kanal komunikasi primer berbasis otomatisasi yang menangani pertanyaan dasar, permintaan informasi, hingga proses transaksi sederhana secara cepat dan konsisten. Melalui teknologi Natural Language Processing (NLP), Sabrina mampu memahami berbagai gaya bahasa, termasuk variasi linguistik yang mencerminkan keberagaman budaya Indonesia. Hal ini memungkinkan perusahaan mengurangi ketidakpastian pengguna sekaligus memperkuat inklusivitas komunikasi.

Namun demikian, BRI juga menyadari bahwa tidak semua konteks layanan dapat sepenuhnya diatasi oleh AI. Mengacu pada prinsip komunikasi pemasaran terpadu Kotler & Keller, organisasi perlu memastikan bahwa setiap interaksi dengan pelanggan menyampaikan nilai yang konsisten, empatik, dan mencerminkan identitas perusahaan. Oleh karena itu, BRI menerapkan hybrid-service model, di mana AI bertindak sebagai frontliner digital sementara petugas manusia tetap tersedia sebagai back-up untuk menangani kasus kompleks, emosional, atau situasi yang memerlukan sensitivitas budaya yang lebih mendalam. Strategi ini memperkuat hubungan pelanggan karena pengguna merasa didampingi oleh sistem yang tidak hanya cepat, tetapi juga humanis.

Kolaborasi AI - manusia ini juga berfungsi sebagai bentuk mitigasi risiko etika dan reputasi. Ketika sistem AI menghadapi ambiguitas bahasa daerah, data yang tidak lengkap, atau konteks budaya yang tidak terdeteksi, alih layanan kepada petugas manusia menjadi cara untuk memastikan akurasi informasi dan mencegah miskomunikasi. Dengan kata lain, hybrid-service menjadi strategi etis untuk menjaga kepercayaan publik. Selain itu, konsistensi layanan di seluruh kanal digital seperti WhatsApp, website, dan aplikasi mobile, bagian dari strategi omni-channel memastikan bahwa pesan yang diterima pelanggan selalu selaras meskipun medium komunikasinya berbeda. Hal ini mencerminkan strategi diferensiasi layanan digital BRI, di mana kualitas komunikasi didukung oleh integrasi teknologi dan kehadiran manusia secara komplementer.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi organisasi BRI melalui kolaborasi AI - manusia tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat hubungan interpersonal dalam komunikasi digital. Pendekatan ini menegaskan bahwa dalam era otomatisasi, keberhasilan

komunikasi bisnis tetap bergantung pada keseimbangan antara kecepatan teknologi dan kepekaan manusia.

### KESIMPULAN

Berdasarkan analisis penggunaan Sabrina Chatbot di Bank BRI, dapat disimpulkan bahwa implementasi AI dalam layanan perbankan membawa dampak signifikan terhadap efisiensi, inklusivitas, dan pengalaman nasabah. Chatbot Sabrina berhasil mengurangi ketidakpastian pengguna melalui kemampuan Natural Language Processing (NLP) yang mendukung bahasa daerah dan berbagai variasi komunikasi, sejalan dengan prinsip Uncertainty Reduction Theory (URT). Strategi hybrid-service yang memadukan AI dan interaksi manusia terbukti meningkatkan efektivitas komunikasi, memperkuat kepercayaan, dan menjaga sentuhan personal dalam layanan. Selain itu, integrasi teknologi dengan komunikasi lintas budaya memungkinkan BRI untuk memberikan layanan digital yang adaptif, inklusif, dan responsif terhadap kebutuhan nasabah di seluruh Indonesia.

### Saran

1. BRI perlu terus meningkatkan kapasitas AI, terutama dalam pemahaman bahasa daerah dan nuansa budaya minoritas, untuk menjaga inklusivitas dan akurasi komunikasi.
2. Transparansi penggunaan data nasabah harus diprioritaskan melalui kebijakan etika dan keamanan yang jelas.
3. Pengembangan strategi hybrid-service harus diperluas, memastikan interaksi manusia selalu tersedia untuk menangani kasus kompleks atau emosional.
4. Organisasi sebaiknya memanfaatkan hasil interaksi chatbot untuk analisis kebutuhan nasabah dan pengembangan produk yang lebih personal dan relevan.
5. Edukasi nasabah tentang penggunaan layanan digital perlu ditingkatkan agar semua lapisan masyarakat dapat menikmati manfaat AI tanpa merasa terpinggirkan.

### Implikasi:

1. Etika dan Privasi Data: Penerapan AI memerlukan standar keamanan data yang ketat serta transparansi penggunaan data untuk menjaga kepercayaan nasabah.
2. Inklusivitas Layanan: Adaptasi terhadap bahasa dan budaya lokal memperkuat aksesibilitas layanan, tetapi tetap menuntut alternatif layanan konvensional bagi kelompok yang kurang familiar dengan teknologi digital.
3. Strategi Komunikasi Bisnis: Integrasi AI-manusia (hybrid communication) menjadi model efektif untuk menyeimbangkan efisiensi otomatisasi dan sensitivitas manusia dalam layanan.
4. Pengembangan AI Berkelanjutan: AI harus terus dilatih agar mampu memahami nuansa bahasa daerah dan budaya minoritas, sehingga mengurangi kesalahan interpretasi dan eksklusi digital.
5. Transformasi Organisasi: Adopsi AI sebagai kanal komunikasi primer memperkuat strategi omni-channel dan diferensiasi layanan digital, meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.

### DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *EDUMASPUL: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>
- Aldoseri, A., K. N. Al-Khalifa., & A. M. Hamouda. (2023). Memikirkan kembali strategi dan integrasi data untuk kecerdasan buatan: Konsep, peluang, dan tantangan. *Applied Sciences*, 13(12), 7082. Doi: [10.3390/AP13127082](https://doi.org/10.3390/AP13127082)
- Alkahfi, M. A., & Nawawi, Z. M. (2022). Peran Etika Bisnis dalam Perusahaan Bisnis di Era Globalisasi. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 3(2), 167-177. <https://doi.org/10.47467/visa.v3i1.15388>

- Aprilia P., & Rosyidi, I. (2024). Strategi Komunikasi Bisnis Di Era Digital Perspektif Etika Komunikasi Bisnis Islam. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 9(2), 119-132. <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/tabligh>
- Bamantryka, M. M., Lesantri, P., & Novianti, D. (2019). Model kompetensi komunikasi bisnis lintas budaya Indonesia dan Jerman. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(1), 1–15.
- Durin, R. (2020). Arti Penting Menjalankan Etika Dalam Bisnis. *Jurnal Valuta*, 6(1), 32– 40. <https://journal.uir.ac.id/index.php/valuta/article/view/5284/2555>
- Jeffry, Junaidi, Suprpto, Y., & Sebastian. (2023). Analisa Penerapan Etika Bisnis Dalam Bisnis Internasional Pada Perusahaan Indofood. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 321–326. <https://doi.org/10.37531/mirai.v8i1.4669>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Ed. Ke-15). Pearson
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>
- Lestari, D. (2020). Pemanfaatan Layanan Chat Bot “Sabrina” Sebagai Wujud Inovasi Dalam Pelayanan Publik Di Bank Rakyat Indonesia. *Virtu: Jurnal Kajian Komunikasi, Budaya Dan Islam*, 2(2), 1-7.
- Lusliyanto G. (2024). Pemanfaatan Artificial Intelligence dalam Transformasi Keuangan : Studi Kasus Bank Rakyat Indonesia (BRI). Universitas Mercu Buana.
- Putra, E. A., Khairiah, A. S., Rahman, A., Taskiyah, E., Aqmar, F. R., & Kamila, L. S. (2024). Peran Media dalam Meningkatkan Pemahaman Komunikasi Antar Budaya. *Indonesian Culture and Religion Issues*, 1(4), 10. <https://doi.org/10.47134/diksima.v1i4.104>
- Radanliev, P. (2025). Etika AI: Mengintegrasikan transparansi, keadilan, dan privasi dalam pengembangan AI. *Jurnal Internasional Kecerdasan Buatan Terapan*, 39(1). <https://doi.org/10.1080/08839514.2025.2463722>
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational Behavior* (Ed. ke-17). Pearson.
- Talambanua, E., Nasution, Z., & Harahap, A. (2023). Pengaruh Strategi Deferensiasi Produk, Digital Marketing dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Motor Honda Scoopy. *REMIK: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(2), 1144-1155. <https://doi.org/10.33395/remik.v7i2.12250>
- Uljannah, A., & Ibrahim, H. (2023). Analisis Etika Dalam Konteks Lintas Budaya Dalam Bisnis Internasional. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2438-2443. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13295>
- Verhoef, P. C., Kannan, P. K., & Inman, J. J. (2015). From multi-channel retailing to omni-channel retailing. *Journal of Retailing*, 91(2), 174–181. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2015.02.005>
- Wahyutomo, D., & Zikri, I. F. M. (2024). Budaya Organisasi Sebagai Faktor yang Berpengaruh dalam Menentukan Kinerja Karyawan dan Kualitas Layanan dengan Kepuasan Kerja sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 520-532. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13708>
- 3dolphins. (2025 Februari 26). Sabrina Chatbot BRI: Optimalisasi Layanan Bersama. 3dolphins. <https://3dolphins.ai/sabrina-chatbot-bank-bri-yang-meningkatkan-efisiensi-layanan-dengan-3dolphins/>