

Kecerdasan Buatan Sebagai Agen Sosial: ChatGPT dan Manusia Dalam Perspektif Komunikasi di Era Digital

Rizca Haqqu¹
Telkom University¹
rizcahaqqu@telkomuniversity.ac.id

Abstrak: Penelitian ini mengeksplorasi batasan interaksi manusia dan kecerdasan buatan (ChatGPT) dalam komunikasi digital. Peningkatan penggunaan kecerdasan buatan dalam komunikasi digital mendorong kebutuhan untuk memahami bagaimana interaksi manusia dengan mesin khususnya dalam hal kemampuan kecerdasan buatan merespons secara empatik dan kontekstual. Teori Media Equation dan pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam dilakukan dengan pengguna aktif ChatGPT untuk menganalisis, menggali data, serta memahami bagaimana individu memaknai peran kecerdasan buatan ini dalam komunikasi sehari-hari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun ChatGPT dapat meniru pola komunikasi manusia dan menyesuaikan gaya bahasanya, keterbatasan tetap ada dalam hal respons empatik dan kemampuan memahami pengalaman subjektif. ChatGPT dipersepsikan sebagai alat komunikatif yang adaptif, tetapi interaksi yang terjadi tidak setara dengan komunikasi antar manusia yang kaya akan emosi. Keterbatasan penelitian ini adalah hasil yang tidak dapat digeneralisasi pada pendekatan kualitatif. Penelitian selanjutnya diusulkan untuk mengeksplorasi potensi emosi buatan guna meningkatkan kualitas interaksi manusia-mesin.

Kata kunci: ChatGPT, Kecerdasan Buatan, Komunikasi Manusia-Mesin, Media Equation

PENDAHULUAN

Era *Society 5.0* menandakan transformasi besar dalam cara manusia berhubungan dengan teknologi, khususnya kecerdasan buatan (AI). Era ini menggabungkan dunia fisik dan digital melalui pemanfaatan teknologi seperti *big data*, *Internet of Things (IoT)*, dan kecerdasan buatan (Zahrani & Haqqu, 2024). Hadirnya kecerdasan buatan telah membantu membantu manusia dalam berbagai tugas, dari proses komunikasi hingga pemrosesan data yang kompleks. Teknologi seperti chatbot dan robot sosial, yang menggunakan pemrosesan bahasa alami dan pembelajaran mesin, mampu merespons pesan manusia dengan cara yang lebih kontekstual, mendekati percakapan antar-manusia yang sesungguhnya (Guzman & Lewis, 2020; Rohmah & Haqqu, 2024). Hal ini menjadikan kecerdasan bukan hanya sekedar alat, melainkan subjek yang dapat berperan aktif dalam proses komunikasi.

Perkembangan kecerdasan buatan ini telah menciptakan sebuah fenomena baru, di mana teknologi tidak lagi sekedar alat pasif, tetapi dapat dianggap sebagai subjek yang

berperan aktif dalam proses komunikasi. Kecerdasan buatan dalam bentuk *chatboot* mampu memberikan tanggapan berdasarkan konteks percakapan, menjadikannya entitas non-manusia yang interaktif dan lebih personal (Guzman & Lewis, 2020; Rohmah & Haquq, 2024; Utari et al., 2024). Menurut (Yurt & Kasarci, 2024), kecerdasan buatan seperti *ChatGPT* memfasilitasi pengalaman komunikasi yang lebih personal dan interaktif, menjadikannya teknologi yang semakin populer di kalangan masyarakat global.

Di Indonesia, adopsi kecerdasan buatan mengalami percepatan yang luar biasa di berbagai sektor, mulai dari pendidikan hingga bisnis dan pemerintahan. Salah satu teknologi kecerdasan buatan yang paling cepat diadopsi adalah *ChatGPT*, yang telah menarik perhatian mahasiswa dan akademisi karena kemampuannya membantu proses belajar mengajar dan penelitian (Rohmah & Haquq, 2024). Popularitas *ChatGPT* di Indonesia mencerminkan cepatnya adopsi teknologi tersebut, dengan banyaknya pengguna yang memanfaatkan teknologi ini tidak lama setelah peluncurannya (Buchholz, 2023).

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh (Kinsey, 2022), sebanyak 50% perusahaan melaporkan bahwa mereka telah menerapkan kecerdasan buatan dalam operasi bisnis untuk meningkatkan efisiensi (Rohmah & Haquq, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat dan institusi semakin terbuka terhadap adopsi teknologi baru dan mengakui pentingnya kecerdasan buatan dalam mengatasi tantangan-tantangan di era digital. Penggunaan kecerdasan buatan tidak hanya terbatas pada kalangan profesional, tetapi juga telah merambah ke kehidupan masyarakat umum, seperti penggunaan asisten virtual dan aplikasi kecerdasan buatan berbasis chatbot dalam komunikasi digital.

Pesatnya perkembangan kecerdasan buatan juga berdampak pada ilmu komunikasi, yang memaksa akademisi untuk mengembangkan teori-teori baru yang mampu menjelaskan interaksi antara manusia dan mesin. Salah satu teori tersebut adalah *Human-Machine Communication* (HMC), yang menawarkan perspektif baru bahwa kecerdasan buatan bukan lagi sekadar alat atau media, tetapi sebagai agen komunikasi yang mampu menciptakan makna dalam interaksi dengan manusia (Guzman & Lewis, 2020; Littlejohn et al., 2021; Utari et al., 2024).

hal ini mencakup komunikasi antara manusia dengan robot, komputer, dan teknologi komunikasi lainnya yang berfungsi sebagai komunikator (Littlejohn et al., 2021). Guzman & Lewis, (2020) menekankan bahwa kecerdasan buatan tidak hanya memfasilitasi komunikasi tetapi juga mengotomatiskan proses tersebut, mengubah cara kita memahami komunikasi

tradisional. Dengan demikian, teori HMC membawa perubahan dalam cara kita memandang relasi manusia dengan entitas non-manusia dalam proses komunikasi.

Munculnya teori HMC dan perkembangan pesat kecerdasan buatan memicu pergeseran paradigma dalam ilmu komunikasi. Paradigma komunikasi tradisional, seperti model komunikasi Lasswell, menempatkan manusia sebagai pusat proses komunikasi dengan teknologi hanya sebagai media pasif. Namun, dalam pendekatan HMC, teknologi seperti kecerdasan buatan dapat berfungsi sebagai subjek yang mampu memberikan respons berdasarkan konteks percakapan, menciptakan dialog dua arah antara manusia dan mesin (Haqu & Rohmah, 2024)

Hal ini menandai pergeseran signifikan dari paradigma lama, di mana teknologi seperti *ChatGPT* tidak lagi dipandang sebagai sekadar alat komunikasi, tetapi sebagai partner yang memungkinkan interaksi yang lebih dinamis dan bermakna (Yurt & Kasarci, 2024). Menurut (Littlejohn et al., 2021), teknologi saat ini telah bertransformasi dari medium komunikasi menjadi komunikator yang berperan aktif dalam membentuk interaksi sosial dan relasional manusia.

Munculnya teori HMC dan pengembangan kecerdasan buatan memicu pergeseran paradigma dalam kajian ilmu komunikasi. Paradigma tradisional seperti model komunikasi Lasswell, yang menempatkan manusia sebagai sumber utama pesan dan teknologi hanya sebagai media, kini menghadapi tantangan untuk tetap relevan di tengah dinamika komunikasi digital (Guzman & Lewis, 2020). Dalam pendekatan HMC, teknologi tidak hanya berfungsi sebagai media tetapi juga sebagai subjek yang dapat memberikan respon sesuai konteks interaksi, memungkinkan terjadinya dialog dua arah antara manusia dan mesin (Haqu & Rohmah, 2024)

Perkembangan ini menunjukkan bahwa teknologi seperti *ChatGPT* telah mengubah cara manusia memandang interaksi dengan teknologi, dari sekedar menggunakan alat komunikasi menjadi terlibat dalam dialog yang lebih interaktif dan kompleks (Yurt & Kasarci, 2024). Pergeseran paradigma ini memperkuat pentingnya kajian interaksi manusia-mesin dalam memahami dinamika komunikasi di era digital. Seperti yang diungkapkan oleh (Littlejohn et al., 2021), teknologi kini bukan lagi hanya sebuah medium, melainkan dapat berperan sebagai komunikator yang dapat menyampaikan pesan dan membentuk relasi dengan manusia.

Penelitian ini melihat bahwa hadirnya kecerdasan buatan membawa sebuah paradigma baru di lingkup kajian ilmu komunikasi dan mulai mempertanyakan posisi komunikator dan komunikan dalam komponen komunikasi. Akan tetapi model komunikasi interpersonal yang terjadi antara manusia dan mesin sebagai kecerdasan buatan mempunyai perbedaan yang unik (Haqqu & Rohmah, 2024). Penelitian ini berupaya untuk mengisi celah tersebut, dengan mengidentifikasi batasan-batasan yang ada dalam interaksi manusia dengan kecerdasan buatan.

Human-Machine Communication (HMC) mengungkapkan teori-teori penting untuk memahami interaksi antara manusia dan teknologi, termasuk *Media Equation*, *Communicative Artificial Intelligence* (CAI), dan *Structural Model of Virtual Identity* (Littlejohn et al., 2021). Dari ketiga teori tersebut, *Media Equation*, yang pertama kali dikemukakan oleh Reeves & Nass, (1996), memberikan perspektif fundamental mengenai bagaimana manusia merespons teknologi seperti mereka merespons sesama manusia.

Teori *Media Equation* berangkat dari gagasan bahwa manusia cenderung memperlakukan media dan teknologi, termasuk komputer dan kecerdasan buatan, dengan cara yang sama seperti mereka memperlakukan manusia. Reeves & Nass, (1996) mengemukakan bahwa respons sosial dan emosional manusia terhadap teknologi dimediasi oleh kecenderungan alamiah otak manusia yang kesulitan membedakan interaksi yang dimediasi teknologi dari interaksi yang nyata.

Sebagai contoh, seseorang dapat menjadi marah saat AI memberikan jawaban yang tidak sesuai, atau merasa senang saat kecerdasan buatan memahami permintaan mereka dengan baik meskipun mereka tahu kecerdasan buatan bukan makhluk hidup. Fenomena ini dikenal sebagai persamaan media (*Media Equation*), di mana teknologi diperlakukan sebagai agen sosial.

Sebagaimana diungkapkan oleh Reeves dan Nass Orang-orang akan berinteraksi dengan komputer, televisi, dan media baru seperti mereka berinteraksi dengan manusia (Reeves & Nass, 1996). Hal ini sangat relevan dalam konteks komunikasi manusia mesin, di mana kecerdasan buatan seperti *ChatGPT* bukan hanya dilihat sebagai alat teknis, tetapi sebagai entitas sosial yang mampu mempengaruhi pengalaman dan interaksi manusia.

Littlejohn et al., (2021) menjelaskan bahwa HMC berperan sebagai jembatan antara manusia dan teknologi yang terus berkembang, termasuk AI yang semakin mirip manusia dalam cara berkomunikasi. Dalam konteks *Communicative Artificial Intelligence*, Guzman &

Lewis, (2020) berfokus pada tiga aspek interaksi manusia-mesin, yaitu aspek fungsional, relasional, dan metafisikal.

Aspek relasional dalam CAI menyoroti bagaimana hubungan emosional dan sosial antara manusia dan kecerdasan buatan dapat terbentuk, teori *Media Equation* memperluas pemahaman ini dengan menunjukkan bahwa hubungan sosial tersebut muncul karena manusia secara naluriah merespons AI dengan skrip sosial yang sama seperti saat mereka berinteraksi dengan manusia. Ini menjelaskan fenomena mengapa banyak orang merasa terhubung dengan kecerdasan buatan dalam bentuk asisten virtual.

Reeves dan Nass menjelaskan bahwa manusia cenderung bersikap lebih sopan ketika menilai kinerja komputer mereka secara langsung, sama seperti jika mereka menilai kinerja manusia (Reeves & Nass, 1996). Fenomena ini juga teramati dalam interaksi manusia dengan kecerdasan buatan di Era Digital 5.0, di mana pengguna sering kali memberikan sifat-sifat manusia kepada kecerdasan buatan seperti menganggapnya memiliki kepribadian atau rasa emosi (Rohmah & Haqqu, 2024). Ini memperkuat argumen bahwa interaksi dengan kecerdasan buatan seperti *ChatGPT* dari sudut pandang *Media Equation*, di mana kecerdasan buatan diperlakukan sebagai entitas sosial.

Dengan demikian teori *Media Equation* memainkan peran penting dalam memahami bagaimana manusia berinteraksi dengan mesin. Kecerdasan buatan tidak hanya berfungsi sebagai alat teknis, tetapi juga sebagai entitas sosial yang secara tidak sadar diperlakukan layaknya manusia. Dalam konteks penelitian interaksi manusia mesin, *Media Equation* memberikan landasan kuat untuk mengeksplorasi bagaimana kecerdasan buatan mempengaruhi dinamika sosial, emosi, dan perilaku manusia dalam konteks teknologi moder (Guzman & Lewis, 2020; Haqqu & Rohmah, 2024; Littlejohn et al., 2021; Reeves & Nass, 1996; Utari et al., 2024)

Berdasarkan penjelasan teori yang telah dipaparkan, pendekatan kualitatif dirasa relevan untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai interaksi antara manusia dan mesin dalam hal ini adalah kecerdasan buatan. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali pengalaman subjektif dan persepsi individu terkait komunikasi dengan teknologi seperti *ChatGPT* (Rohmah & Haqqu, 2024).

Meskipun kecerdasan buatan seperti *ChatGPT* mampu meniru pola komunikasi manusia, kecerdasan buatan tidak memiliki emosional dan kreativitas yang dimiliki manusia secara alami (Teurupun, 2024). Artinya, sistem AI tidak mampu memahami atau

mengekspresikan emosi, sehingga membatasi kemampuannya untuk berinteraksi dengan manusia secara efektif. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa AI sering kali kesulitan menangkap maksud pengguna dalam situasi yang membutuhkan empati, seperti dalam layanan pelanggan, dimana respons otomatis dapat mengakibatkan miskomunikasi atau rasa frustrasi pada pengguna (Kinsey, 2022).

Selain itu, riset lain mengungkap bahwa AI cenderung terbatas dalam adaptasi terhadap percakapan yang tidak terstruktur, sehingga membuat interaksi manusia-mesin masih jauh dari kedalaman interaksi manusiawi (Guzman & Lewis, 2020). Temuan dari penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam memahami peran kecerdasan buatan di era digital dari sudut pandang ilmu komunikasi.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menggali secara mendalam pengalaman dan persepsi subjek terkait interaksi dengan kecerdasan buatan, khususnya *ChatGPT*. Penelitian kualitatif dipilih karena lebih fokus pada pemahaman mendalam yang bersifat subjektif dan kasuistik, yang artinya hasilnya tidak dapat digeneralisasikan. Peneliti menggunakan pendekatan studi kasus untuk memahami secara spesifik fenomena interaksi antara manusia dan mesin dalam konteks komunikasi digital (Creswell, 2017)

Subjek penelitian adalah para pengguna aktif *ChatGPT*, sementara objek penelitian adalah proses interaksi manusia dengan *ChatGPT* dalam komunikasi digital. Penelitian ini berupaya mengeksplorasi bagaimana manusia memaknai teknologi ini, serta sejauh mana *ChatGPT* dianggap sebagai mitra komunikatif (Guzman, 2020; Guzman & Lewis, 2020; Zahrani & Haqq, 2024).

Pengumpulan data dilakukan melalui Wawancara untuk membantu menggali persepsi subjek, sementara observasi dan dokumentasi memperkuat data yang diperoleh. Peneliti memilih sepuluh informan yang memenuhi kriteria penggunaan ChatGPT secara intensif selama lebih dari satu tahun. Pemilihan informan ini dilakukan secara terarah untuk memastikan bahwa mereka memiliki wawasan yang mendalam dan relevan terhadap topik penelitian (Sugiyono, 2018). Data yang diperoleh dari hasil wawancara dan catatan observasi dianalisis menggunakan pendekatan induktif. Data dianalisis melalui reduksi, penyajian dalam bentuk visual atau naratif, dan penarikan kesimpulan berdasarkan pola yang muncul. Aplikasi NVivo

digunakan untuk membantu mengorganisasi dan menganalisis data secara lebih efisien, serta memastikan keakuratan dan keterpaduan dalam pengolahan data (Tambun, 2021). Keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber, dengan membandingkan data dari berbagai teknik pengumpulan seperti wawancara, untuk memastikan konsistensi dan validitas (Sugiyono, 2018). Teknik analisis data yang digunakan bertujuan untuk memahami fenomena spesifik, sehingga hasilnya lebih bersifat kasuistik dan tidak dapat digeneralisasikan, sesuai dengan karakteristik penelitian kualitatif (Creswell, 2017)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui serangkaian wawancara mendalam dengan sepuluh informan kunci yang memiliki pengalaman intensif berinteraksi dengan *ChatGPT*, peneliti mencoba menggali lebih dalam tentang perspektif dan personal terkait penggunaan teknologi kecerdasan buatan dalam keseharian informan. Wawancara berlangsung secara intensif, sehingga memungkinkan peneliti menggali secara lebih komprehensif mengenai pola interaksi, persepsi, serta dampak emosional yang mereka rasakan. Hasil wawancara kemudian ditranskrip dengan cermat dan dianalisis menggunakan perangkat lunak NVivo, yang membantu dalam mengidentifikasi tema-tema utama dan pola yang muncul dalam interaksi antara informan dan *ChatGPT*. Berikut ini adalah data informan:

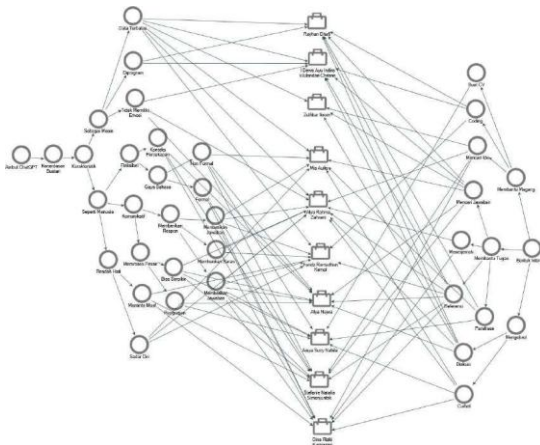
Tabel 1. Data Informan

No	Nama	Pengalam penggunaan	Keterangan
1	I Dewa Ayu Indira Wulandari Chrisna	Menggunakan <i>ChatGPT</i> dalam berbagai kegiatan sehari-hari	Informan Kunci
2	Alya Rahma Zahrani	Pengguna intensif <i>ChatGPT</i> , yang berbagi tentang peran teknologi ini dalam mendukung aktivitas sehari-hari	Informan Kunci
3	Aisyah Sucy Nabila	Informan dengan pengalaman beragam, mengeksplorasi cara	Informan Kunci

		<i>ChatGPT</i> membantu dalam tugas-tugas akademis	
4	Alya Najwa Rachman	Memiliki pandangan unik tentang bagaimana <i>ChatGPT</i> dapat beradaptasi dengan kebutuhan	Informan Kunci
5	Zulfikar Ikrom	Berfokus pada bagaimana <i>ChatGPT</i> mempengaruhi produktivitas dan efisiensi dalam kegiatan akademis	Informan Kunci
6	Mia Aulia	Informan yang menyoroti personalisasi dan fleksibilitas dalam berinteraksi dengan <i>ChatGPT</i>	Informan Kunci
7	Rayhan Dhafi	Melihat <i>ChatGPT</i> dapat membantu menyelesaikan beberapa permasalahan akademik	Informan Kunci
8	Faridz Ramadhan Kampi	Menyoroti aspek responsif dan adaptif dari <i>ChatGPT</i> dalam membantu proses penyelesaian tugas	Informan Kunci
9	Stefanie Natalia Simanjuntak	Memberikan wawasan tentang cara <i>ChatGPT</i> mampu menyesuaikan bahasa dan gaya percakapan sesuai kebutuhan	Informan Kunci
10	Dina Rizky Kurniasari	Mengungkapkan pengalaman personal, bagaimana <i>ChatGPT</i> digunakan sebagai alat bantu dalam menyelesaikan tantangan akademik	Informan Kunci

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan Nvivo dari kesepuluh informan, diketahui *ChatGPT* memiliki perannya sebagai entitas, sehingga memungkinkan *ChatGPT* berinteraksi dengan pengguna secara efektif. Dalam penelitian ini, para informan berinteraksi dengan *ChatGPT* melalui berbagai cara yang dilihat berdasarkan

dua sudut pandang yaitu *ChatGPT* sebagai Mesin dan *ChatGPT* sebagai agen sosial. Berikut ini adalah visualisasi berdasarkan pengolahan data menggunakan NVivo:



Gambar 1. Visualisasi Data berdasarkan coding hasil wawancara informan menggunakan Nvivo, olahan Peneliti 2024

Berdasarkan gambar diatas, terlihat alur bahwa *ChatGPT* memiliki dua karakteristik utama yaitu sebagai mesin dan sebagai entitas yang menyerupai manusia. Karakteristik sebagai mesin terlihat dari alur yang ditunjukkan oleh hasil coding data dimana *ChatGPT* menjelaskan adanya keterbatasan data, terprogram dan tidak memiliki sisi emosional. Namun, di sisi lain, *ChatGPT* juga menunjukkan karakteristik yang menyerupai manusia, seperti kemampuannya menyesuaikan gaya bahasa, memahami konteks percakapan, dan merespons secara fleksibel sesuai dengan interaksi yang diberikan oleh pengguna.

Hal ini membuat *ChatGPT* tidak hanya dipersepsikan sebagai alat, tetapi juga sebagai agen sosial yang mampu menyesuaikan dirinya dengan kebutuhan dan cara komunikasi pengguna. Oleh karena itu, interaksi antara *ChatGPT* dan manusia tidak hanya bersifat instruktif atau teknis, tetapi juga mencerminkan hubungan sosial yang lebih kompleks, di mana *ChatGPT* ini diperlakukan seperti teman bicara yang mampu beradaptasi dan memberikan respons sesuai dengan konteks yang diinginkan.

Kecerdasan buatan (*ChatGPT*) sebagai Mesin

Penelitian ini berangkat dari asumsi dasar yang diuraikan dalam latar belakang bahwa teknologi kecerdasan buatan, khususnya *ChatGPT*, berperan aktif dalam proses

komunikasi. Namun, terlepas dari peranannya sebagai agen komunikasi, *ChatGPT* tetap memiliki keterbatasan sebagai sebuah mesin. Hal ini sejalan dengan metode penelitian kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu mengeksplorasi pengalaman subjektif pengguna dalam berinteraksi dengan *ChatGPT*, di mana persepsi mereka terhadap teknologi ini dikaji dengan pendekatan yang mendalam melalui wawancara. Sebagai mesin, *ChatGPT* menunjukkan karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan manusia. Berdasarkan hasil wawancara mendalam yang dilakukan terhadap informan penelitian, diketahui bahwa *ChatGPT* memiliki keterbatasan dalam beberapa aspek. Salah satu keterbatasan utama yang dirasakan oleh pengguna adalah data yang tidak selalu up-to-date. Hal ini menjadi salah satu kekurangan utama yang ditemukan oleh para informan. Zulfikar Ikrom, dalam wawancaranya, menjelaskan:

“Hmm... kan kalo ChatGPT tuh informasinya kan dimasukin sama orang, jadi info yang bisa dikasih juga jadi busa ga up to date gitu, kaya terakhir kan aku nanya ChatGPT itu katanya datanya masih terakhir tahun 2021 gitu...” Zulfikar Ikrom, (2023)

Pernyataan ini menggambarkan bahwa keterbatasan *ChatGPT* sebagai mesin adalah tidak dapat mengakses informasi terbaru secara langsung. Hal ini tentu berbeda dengan manusia yang dapat secara dinamis memperbarui pengetahuan mereka sesuai dengan informasi yang ada di lingkungan mereka. Pengguna *ChatGPT* harus memahami bahwa teknologi ini bergantung pada dataset yang dimasukkan hingga waktu tertentu, seperti yang disampaikan oleh I Dewa Ayu.

Selain itu, *ChatGPT* diprogram untuk mereproduksi dan memproses data yang telah dimasukkan oleh manusia. Informan Rayhan Dhafi menyoroti bagaimana kecerdasan buatan ini bekerja berdasarkan dataset yang dimiliki, dengan tidak sepenuhnya mampu menghasilkan informasi atau kreativitas yang seotentik manusia. Ia menyatakan:

“...tapi AI itu menurut aku masih lama buat bisa se-perfect, ga seperfect ya... se-otentik manusia. Soalnya apa ya, AI itu dia itu me-recycle karya-karya dari manusia gitu loh. Jadi mereka kaya ngambil dataset-data set gitu kandari kita, terus diolah gitu.” (Rayhan Dhafi, 2023)

Kita dapat memahami bahwa meskipun *ChatGPT* mampu memberikan tanggapan yang kontekstual dan komunikatif, hasil yang diberikan hanyalah pengolahan ulang dari dataset yang telah ada. Hal ini menunjukkan bahwa *ChatGPT* belum memiliki kemampuan kreatif

atau empati seperti manusia, dan masih bergantung sepenuhnya pada data yang telah dimasukkan.

Salah satu perbedaan mendasar lainnya antara *ChatGPT* dan manusia adalah tidak adanya emosi. Emosi memainkan peran penting dalam komunikasi manusia, baik dalam memahami konteks maupun memberikan respon yang sesuai secara emosional. Namun, *ChatGPT*, sebagai mesin, tidak memiliki kemampuan tersebut. Hal ini dipertegas oleh I Dewa Ayu Wulandari Indira Chrisna dalam wawancaranya:

“Hmm... perbedaannya satu kan emosi dia ga punya.” (I Dewa Ayu Wulandari Indira Chrisna, 2023)

Berdasarkan wawancara menunjukkan meskipun *ChatGPT* mampu menghasilkan respon berbasis teks yang seolah-olah komunikatif, ia tidak mampu merespon secara emosional atau memahami konteks emosional dari percakapan. Ini menjadi keterbatasan yang cukup signifikan dalam hubungan interpersonal yang seringkali membutuhkan pemahaman emosional.

Berdasarkan pemaparan data wawancara, terdapat karakteristik utama yang dapat dipahami. Meskipun efektif sebagai alat komunikasi, tetap memiliki batasan yang mendasari keberadaan kecerdasan buatan sebagai mesin. Keterbatasan dalam hal akses data, ketergantungan pada pemrograman, serta ketiadaan emosi membuat interaksi dengan *ChatGPT* tidak sepenuhnya sebanding dengan interaksi manusia. Namun, sifat-sifat ini sesuai dengan yang diharapkan dari sebuah alat berbasis kecerdasan buatan. Sejalan dengan metode kualitatif yang menekankan pada pemahaman mendalam dan subjektif, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna memandang *ChatGPT* sebagai teknologi yang berguna tetapi masih jauh dari mampu menggantikan interaksi manusia yang kompleks dan emosional.

Kecerdasan Buatan (*ChatGPT*) Sebagai Agen Sosial

Era kecerdasan buatan yang semakin berkembang membuat *ChatGPT* tidak lagi dianggap sebagai alat, melainkan mulai diposisikan sebagai agen sosial yang mampu beradaptasi dan berkomunikasi secara fleksibel. Teori *Media Equation* oleh (Reeves & Nass, 1996) mengungkapkan bahwa manusia cenderung memperlakukan media dan teknologi seolah-olah mereka adalah manusia. Hal ini terjadi karena kecerdasan buatan

seperti *ChatGPT* mampu berperan sebagai entitas yang secara sosial dan emosional relevan dalam percakapan, bukan hanya sebagai alat untuk mendapatkan informasi.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada informan, *ChatGPT* dianggap menunjukkan beberapa karakteristik penting sebagai agen sosial yaitu fleksibel, komunikatif, dan rendah hati. Meskipun merupakan kecerdasan buatan yang terbatas oleh program dan data yang dimilikinya, *ChatGPT* berhasil menampilkan interaksi yang menyerupai manusia berdasarkan gaya bahasa, pemrosesan pesan yang tepat, serta feedback yang diberikan. Pada karakteristik fleksibilitas, *ChatGPT* dapat menyesuaikan konteks percakapan dan gaya bahasa yang digunakan oleh penggunanya. Kemampuan ini memperkuat peran kecerdasan buatan sebagai agen sosial, karena dapat berbicara dengan gaya bahasa formal maupun non formal tergantung pada cara informan berinteraksi.

Salah satu informan menunjukkan bagaimana interaksi yang terjalin dengan *ChatGPT* berkembang menjadi hubungan yang lebih personal. Menurutnya *ChatGPT* tidak lagi sekadar alat, melainkan sudah dianggap sebagai "partner" yang mampu menyesuaikan gaya bicara dan memberikan respons yang lebih fleksibel. Mia merasakan adanya kedekatan dalam percakapan yang berlangsung, baik dalam diskusi yang serius maupun percakapan santai. Hal ini tergambarkan dari pernyataan berikut:

"Aku ngerasa bisa ngobrol lebih bebas sih.. kadang buat diskusi serius, kadang juga buat hal-hal santai gitu... Mungkin Itu yang bikin aku ngerasa bonding gitu. Jadi aku lebih menganggapnya kayak patner buat ngobrol juga" (Mia Aulia, 2023)

Dina Rizki Kurniasari, salah satu informan mengungkapkan bahwa *ChatGPT* dapat menyesuaikan dirinya dengan konteks pembicaraan termasuk dalam percakapan mengenai topik generasi Z. Dina merasa bahwa *ChatGPT* dapat berbicara seperti teman sebaya ketika membahas topik yang relevan dengan generasi Z, namun tetap menunjukkan kecerdasan dan wawasan yang mendalam layaknya seseorang yang lebih tua dalam percakapan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa *ChatGPT* mampu mengubah cara bicaranya sesuai dengan situasi, membuatnya tampak lebih manusiawi:

"Tergantung, kalo misalkan kaya... aku mikirnya kaya... ni orang, eh... ini kalo misalkan ChatGPT orang, dia pinter, terus dia tuh jenius gitu ya, kaya... umurnya udah 30an 40 tahun, dia kaya... kerja, dia giat bekerja, itu kalo misalkan dia orang berusia 30 sampe 40. Tapi kalo misalkan lagi ngomong... aku lagi nyari sesuatu tentang gen Z, kaya... ya itu,

caption ala gen Z, postingan ala gen Z gitu-gitu, dia adalah teman sejati gitu, maksudnya kaya seumuran gitu loh” (Dina Rizki Kurniasari, 2023).

Sementara itu, Stefanie Natalia Simanjuntak juga menyoroti “fleksibilitas” *ChatGPT* dalam gaya bahasanya, menyatakan bahwa ketika informan menggunakan bahasa baku, *ChatGPT* merespons dengan cara yang formal. Sebaliknya, ketika informan berbicara dengan gaya lebih santai, *ChatGPT* pun menyesuaikan dengan respons yang lebih non formal, mencerminkan kemampuan kecerdasan buatan untuk beradaptasi dengan baik dalam percakapan yang dinamis:

“Dia tau cara ngejawab pertanyaan orang berdasarkan kaya cara kita nanya, Misalkan kita nanyanya baku, dia akan jawab baku, kalo misalkan kita nanyanya lebih apa ya... informal gitu, kaya ngomong ke temen atau ngomong ke orang benera, itu dia juga bakalan greetingnya dengan cara orang lain nangepin kita gitu loh, dia lebih ke fleksibel sih” (Stefanie Natalia Simanjuntak, 2023).

ChatGPT juga dipersepsikan sebagai agen sosial yang “komunikatif” karena kemampuannya dalam memproses pesan dan memberikan respons yang relevan. Ini sejalan dengan teori *Media Equation* yang menyatakan bahwa manusia memperlakukan teknologi seperti mereka memperlakukan manusia. Alya Najwa dalam wawancara menyebutkan bahwa *ChatGPT* mampu “berpikir” karena dapat memproses instruksi yang diberikan oleh pengguna dan merespons dengan jawaban yang sesuai:

“Kalau kesamaan sama manusianya itu ya dia bisa berpikir, kita kasih perintah kan dia bisa proses sampai akhirnya ngasih jawaban” (Alya Najwa, 2023).

Kemampuan *ChatGPT* dalam memahami maksud dari pesan juga disoroti oleh Aisyah Suci Nabila, yang menyatakan bahwa *ChatGPT* dapat langsung memahami apa yang dimaksud oleh pengguna, sehingga respons yang diberikan selalu relevan dan sesuai dengan kebutuhan:

“ChatGPT ini bener-bener ngerti sama apa yang kita maksud gitu loh, kaya... apa yang gua search itu langsung muncul intinya” (Aisyah Suci Nabila, 2023).

Selain memahami pesan, *ChatGPT* juga mampu memberikan respons yang detail dan memastikan jawaban yang diberikan sudah tepat. Faridz Ramadhan Kampi menyoroti bahwa *ChatGPT* sering kali memeriksa kembali apakah jawabannya sudah memadai, bahkan menanyakan apakah ada informasi tambahan yang mungkin dibutuhkan:

“Semisal nya dia ga tau dia tuh kaya nanya, ada ga informasi lebih siapa tau bisa dibantu, misal info yang kita kasih kurang tepat, dia nambahin, dia ngingetin ada ga info terbaru” (Faridz Ramadhan Kampi, 2023).

Selain itu *ChatGPT* juga dipersepsikan memiliki karakteristik yang “rendah hati”. Hal ini dapat dilihat dari *ChatGPT* dalam mengakui keterbatasannya sebagai kecerdasan buatan dan sikapnya yang suka meminta maaf jika tidak dapat memenuhi permintaan pengguna. Alya Rahma Zahrani mengungkapkan bahwa *ChatGPT* sering kali meminta maaf saat tidak bisa memberikan jawaban yang diharapkan, menunjukkan kesadaran bahwa ia hanyalah sebuah sistem kecerdasan buatan yang memiliki batasan:

“...dia kadang sampe minta maaf ‘maaf ya, saya sebagai AI tidak bisa memberikan sesuatu yang kamu mau’” (Alya Rahma Zahrani, 2023).

Dengan demikian, *ChatGPT* menunjukkan bagaimana kecerdasan buatan dapat diperlakukan dan berperilaku seperti agen sosial yang fleksibel, komunikatif, dan rendah hati. *Media Equation* membantu menjelaskan mengapa pengguna cenderung memperlakukan *ChatGPT* layaknya manusia yang berkomunikasi secara sosial. Fenomena ini mencerminkan betapa kecerdasan buatan telah berkembang menjadi entitas yang dapat mempengaruhi percakapan dan relasi sosial meskipun *ChatGPT* merupakan teknologi yang diprogram.

Peran *ChatGPT* dalam Komunikasi

Peneliti mencoba menghubungkan beberapa aspek utama terkait interaksi antara informan dan *ChatGPT*. Berdasarkan hasil wawancara dan analisis data yang telah dilakukan, ditemukan bahwa *ChatGPT* berperan dalam proses komunikasi, baik sebagai alat maupun sebagai subjek. Pertama, *ChatGPT* berperan sebagai alat yang bersifat komunikatif, dimana fungsinya terbatas pada memberikan tanggapan yang diprogram berdasarkan input dari pengguna. Pada tahap ini *ChatGPT* berfungsi sebagai alat yang memfasilitasi komunikasi tanpa keterlibatan emosional atau hubungan sosial yang mendalam. Kedua, *ChatGPT* berperan sebagai subjek komunikatif, di mana kecerdasan buatan ini mulai diperlakukan seolah-olah sebagai agen sosial yang mampu merespons dengan lebih personal dan menciptakan relasi emosional dengan pengguna.

Berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara, sebagian besar informan setuju bahwa *ChatGPT* adalah entitas yang komunikatif. Namun, intensitas interaksi antara

informan dan *ChatGPT* bervariasi. Informan seperti Rayhan Dhafi, I Dewa Ayu Indira Wulandari Chrisna, dan Zulfikar Ikrom menganggap *ChatGPT* sebagai alat yang berguna dalam komunikasi, namun mereka tetap sadar bahwa *ChatGPT* hanyalah mesin yang diprogram untuk memberikan respons. Mereka memandang *ChatGPT* tidak lebih dari sekadar alat yang membantu proses komunikasi, tanpa mengaburkan batasan antara kecerdasan buatan dan manusia.

Kemudian pada kelompok informan lainnya, seperti Mia Aulia, Alya Rahma Zahrani, Faridz Ramadhan Kampi, Alya Najwa, Aisyah Suci Nabila, Stefanie Natalia Simanjuntak, dan Dina Rizki Kurniasari, memiliki pengalaman yang lebih intens dengan *ChatGPT*. Beberapa dari mereka bahkan memperlakukan *ChatGPT* sebagai mitra komunikasi yang memiliki kedekatan emosional. Misalnya adanya perasaan malu ketika mengirimkan pesan yang dianggap memalukan kepada *ChatGPT*, sebagai tempat curhat, sebagai sahabat sejati, dan menunjukkan adanya sisi emosional dan personal. Hal ini menunjukkan bahwa berdasarkan sudut pandang informan *ChatGPT* memiliki dua peran utama yaitu sebagai alat yang berfungsi teknis dan sebagai subjek yang mampu sebagai agen sosial yang lebih personal. Berikut ini sajian tabel kategorisasi berdasarkan sudut pandang Informan:

Tabel 2. Kategorisasi sudut pandang informan dalam menggunakan *ChatGPT*.

No	Nama	Kategorisasi	Sudut pandang
1	Rayhan Dhafi	Alat Komunikatif	Menganggap <i>ChatGPT</i> sebagai mesin yang membantu komunikasi, tanpa keterlibatan emosional atau sosial.
2	I Dewa Ayu Indira Wulandari Chrisna	Alat Komunikatif	Menyadari bahwa <i>ChatGPT</i> adalah hasil dari pemrograman, hanya membantu dalam memproses pesan.
3	Zulfikar Ikrom	Alat Komunikatif	Menganggap kemampuan <i>ChatGPT</i> sebagai hasil dari program yang dibuat manusia, tidak setara dengan manusia.

4	Mia Aulia	Subjek Komunikatif	Merasa akrab dengan <i>ChatGPT</i> , memperlakukan AI sebagai entitas yang mampu merespons secara personal.
5	Alya Rahma Zahrani	Subjek Komunikatif	Merasa malu saat berinteraksi dengan <i>ChatGPT</i> , menunjukkan adanya hubungan emosional dengan AI.
6	Faridz Ramadhan Kampi	Subjek Komunikatif	Memiliki interaksi yang intens dengan <i>ChatGPT</i> , bahkan merasa kesal dan memarahi AI saat frustrasi.
7	Alya Najwa	Subjek Komunikatif	Menganggap <i>ChatGPT</i> dapat berpikir dan memahami perasaannya, menciptakan relasi sosial.
8	Aisyah Suci Nabila	Subjek Komunikatif	Menggunakan <i>ChatGPT</i> sebagai tempat curhat karena merasa dipahami oleh AI.
9	Stefanie Natalia Simanjuntak	Subjek Komunikatif	Menyesuaikan gaya bahasa dengan <i>ChatGPT</i> , memperlakukan AI seolah-olah sebagai teman yang fleksibel.
10	Dina Rizki Kurniasari	Subjek Komunikatif	Menganggap <i>ChatGPT</i> sebagai sahabat sejati dan merasa memiliki hubungan emosional dengan AI.

Batasan Manusia dan Mesin

Bedasarkan hasil penelitian menunjukkan interaksi antara manusia dan kecerdasan buatan seperti *ChatGPT* memunculkan respon sosial yang menyerupai interaksi antar manusia. Akan tetapi perlu dipahami bahwa respon yang dihasilkan oleh kecerdasan buatan tidak berarti bahwa manusia menganggap kecerdasan buatan sebagai manusia sepenuhnya.

Menurut Reeves & Nass, (1996) perilaku manusia terhadap teknologi dipengaruhi oleh mekanisme komunikasi yang pada dasarnya dikembangkan dalam konteks interaksi antar manusia. Sehingga dapat dipahami ketika manusia merespons kecerdasan buatan seperti *ChatGPT* sering kali mengikuti pola-pola sosial yang sama dengan interaksi

manusia. Meski demikian, dalam beberapa kasus seperti kecepatan dan kapasitas pemrosesan data, dapat lebih dominan mempengaruhi cara manusia memandang kecerdasan buatan sebagai sumber pesan, dan bukan sebagai manusia itu sendiri (Guzman & Lewis, 2020).

Membahas interaksi manusia dengan teknologi seperti kecerdasan buatan mengungkap bahwa manusia memperlakukan teknologi sebagai komunikator (Littlejohn et al., 2021), tetapi terdapat perbedaan mendasar bagaimana individu berinteraksi dengan teknologi, sehingga teori *Media Equation* memberikan dasar penting.

Teori tersebut menyatakan bahwa manusia cenderung merespons teknologi seperti mereka merespons manusia, tetapi hubungan tersebut tetap memiliki batasan. Walaupun teknologi seperti *ChatGPT* mampu meniru perilaku manusia dalam berkomunikasi, tetapi tidak dapat menggantikan peran manusia secara penuh karena adanya keterbatasan emosional, pengalaman subjektif, dan kapasitas empati.

Lebih dalam pada konteks komunikasi manusia dengan mesin seperti *ChatGPT*, sumber pesan adalah manusia. Sedangkan penerima pesannya bisa berupa manusia atau mesin. Dalam konteks ini *ChatGPT* sebagai mesin juga dapat bertindak sebagai komunikator yang merespons pesan dari manusia. Akan tetapi, pesan yang dikomunikasikan terbatas pada bentuk teks, baik verbal maupun non-verbal, karena kecerdasan buatan hanya mampu memproses pesan teks dengan menggunakan teknologi pemrosesan bahasa alami (Taye, 2023). Menariknya *ChatGPT* juga dapat berperan ganda sebagai komunikator sekaligus media, karena manusia berinteraksi dengan *ChatGPT* melalui platform digital seperti aplikasi atau situs web, yang menjadi perantara dalam komunikasi ini.

Efek dari komunikasi manusia dengan mesin ini tidak hanya dirasakan oleh manusia, tetapi juga oleh mesin itu sendiri. Kecerdasan buatan seperti *ChatGPT* mampu menyesuaikan gaya berinteraksi berdasarkan input yang diberikan oleh pengguna. Interaksi yang dihasilkan sering kali terkesan personal seakan *ChatGPT* memahami konteks dan kebutuhan penggunanya.

Hal ini dikarenakan otak manusia memproses informasi dari lingkungan virtual dengan cara yang sama seperti memproses informasi dari dunia nyata, dan proses ini dapat menghasilkan rasa kehadiran Lee, (2004). Memahami bagaimana individu merespons

emosi yang diungkapkan oleh robot adalah penting untuk pengembangan interaksi manusia-robot yang efektif (Reuten et al., 2018).

Berdasarkan kemampuan teknologi tersebut, *ChatGPT* menciptakan ilusi komunikasi interpersonal meskipun pada kenyataannya respon yang dihasilkan hanya hasil dari algoritma dan dataset yang telah diprogram sebelumnya. Akan tetapi perbedaan yang signifikan tetap ada dalam interaksi manusia dengan mesin.

Meskipun *ChatGPT* mampu meniru cara manusia berdialog, *ChatGPT* berusaha menjelaskan bahwa tidak memiliki perasaan atau pengalaman pribadi. Respons yang diberikan sepenuhnya bergantung pada data yang telah diinput dan diolah menggunakan kecerdasan buatan berbasis pembelajaran mendalam (deep learning). Hal ini mengacu pada konsep *Media Equation*, yang menyatakan bahwa manusia sering kali memperlakukan mesin, seperti *ChatGPT*, seolah-olah mereka adalah entitas sosial, padahal mereka sadar bahwa mesin tersebut tidak memiliki "diri" atau motivasi manusia (Oetken, 2024; Van Der Goot & Etzrodt, 2023).

Tidak adanya empati dalam karakter kecerdasan buatan menjadi batasan utama, karena mesin tidak mampu merespon emosional manusia secara mendalam. Reeves dan Nass (1996) menunjukkan bahwa pengguna mungkin akan merespons mesin secara sosial, tetapi kesadaran bahwa mesin tidak dapat benar-benar merasakan atau memahami emosi mengurangi kedalaman interaksi tersebut (Van Der Goot & Etzrodt, 2023).

Disini peran literasi kecerdasan buatan menjadi sangat penting. Pemahaman yang lebih baik tentang cara kerja kecerdasan buatan memungkinkan manusia untuk berinteraksi dengan lebih efektif. Pengguna yang memahami keterbatasan dan potensi dari kecerdasan buatan cenderung mampu memanfaatkan teknologi seperti *ChatGPT* secara optimal.

Teori *Media Equation* dalam *Human-Machine Communication* (HMC) berperan penting dalam menjelaskan batasan-batasan ini. Meskipun kecerdasan buatan diperlakukan layaknya manusia dalam konteks komunikasi, manusia tetap harus mengakui bahwa terdapat perbedaan mendasar antara interaksi manusia dengan manusia dan manusia dengan mesin. Komunikasi manusia dengan manusia didasarkan pada emosi, pengalaman, dan interaksi sosial yang kaya, sementara komunikasi manusia-mesin bersifat mekanis dan berdasarkan pada pemrosesan data.

Beberapa peneliti telah menemukan bahwa pengguna sering menerapkan aturan sosial dan etika ketika berinteraksi dengan media atau mesin, mengucapkan terima kasih kepada perangkat mereka atau meminta maaf atas kesalahan, hal ini menunjukkan adanya pola persamaan media dalam tindakan (Nass & Moon, 2000). Perlunya literasi Kecerdasan buatan menjadi kunci untuk memahami keterbatasan tersebut. Dengan demikian batasan-batasan utama dalam interaksi antara manusia dan kecerdasan buatan seperti *ChatGPT* meliputi ketidakmampuan kecerdasan buatan untuk merespons secara empatik, keterbatasan dalam menghasilkan pengalaman subjektif, serta ketergantungan pada pemrograman dan dataset yang telah ada. kecerdasan buatan mungkin mampu beradaptasi dalam cara berkomunikasi, tetapi tetap tidak dapat menggantikan hubungan emosional dan pengalaman unik yang dimiliki oleh manusia. Oleh karena itu, literasi kecerdasan buatan dan pemahaman mendalam mengenai cara kerja teknologi menjadi faktor krusial dalam memaksimalkan efektivitas komunikasi manusia dengan mesin. Berikut adalah tabel yang menjelaskan perbandingan dari batasan-batasan komunikasi antara manusia dengan mesin berdasarkan hasil analisis :

Tabel 3. Tabel Perbandingan Batasan-Batasan Antara Manusia dan Mesin

Aspek	Komunikasi Manusia-Manusia	Komunikasi Manusia-Mesin (<i>ChatGPT</i>)
Empati	Manusia dapat merasakan dan memahami emosi orang lain	<i>ChatGPT</i> tidak memiliki kemampuan untuk merasakan atau memahami emosi
Kreativitas	Manusia mampu berpikir kreatif dan menghasilkan ide orisinal	<i>ChatGPT</i> menghasilkan respon berdasarkan data yang telah diolah
Pengalaman Subjektif	Respon manusia dipengaruhi oleh pengalaman pribadi dan konteks sosial	Respon <i>ChatGPT</i> tidak dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, hanya data yang tersedia

Keterbatasan Data	Manusia dapat terus memperbarui pengetahuan dan informasi	<i>ChatGPT</i> terbatas pada data yang sudah dimasukkan, dan tidak selalu up-to-date
Pengambilan Keputusan	Manusia dapat mempertimbangkan faktor emosional dan sosial dalam mengambil keputusan	<i>ChatGPT</i> hanya mengambil keputusan berdasarkan logika dan data tanpa mempertimbangkan faktor emosional

KESIMPULAN

Penelitian mencoba menjawab tentang batasan interaksi manusia dan mesin. Meskipun ChatGPT mampu meniru pola komunikasi manusia dan memberikan respon yang adaptif sesuai dengan gaya bahasa pengguna, ChatGPT tidak memiliki kemampuan untuk merasakan empati atau memberikan respons yang berbasis pada pengalaman subjektif. Pengguna cenderung merespons kecerdasan buatan secara sosial, namun batasan emosional dan kognitif tetap membuat interaksi manusia-mesin berbeda secara fundamental dari interaksi antar manusia. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kecerdasan buatan dapat berfungsi sebagai agen sosial, pengguna tetap mengakui bahwa mesin tidak mampu menggantikan interaksi manusia dari sisi emosional dan pengalaman pribadi. Dalam konteks penelitian ini, keterbatasan ChatGPT terletak pada ketidakmampuannya untuk menghasilkan respons yang memiliki kedalaman emosional atau didasarkan pada konteks sosial yang lebih kompleks. Temuan ini memperjelas perbedaan mendasar antara manusia dan mesin dalam proses komunikasi, di mana kecerdasan buatan masih terbatas pada pengolahan data yang sudah diprogram.

DAFTAR PUSTAKA

- Buchholz, K. (2023, July 7). Threads Shoots Past One Million User Mark at Lightning Speed. *Statista*.
- Creswell, J. W. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.

- Guzman, A. L. (2020). Ontological Boundaries Between Humans and Computers and the Implications for Human-Machine Communication. *Human-Machine Communication*, 1(1), 37–54. <https://doi.org/10.30658/hmc.1.3>
- Guzman, A. L., & Lewis, S. C. (2020). Artificial intelligence and communication: A Human–Machine Communication research agenda. *New Media and Society*, 22(1), 70–86. <https://doi.org/10.1177/1461444819858691>
- Haquq, R., & Rohmah, S. N. (2024). Interaction Process Between Humans and ChatGPT in the Context of Interpersonal Communication. *Jurnal Ilmiah LISKI (Lingkar Studi Komunikasi)*, 10(1), 23–35.
- Lee, K. M. (2004). Why presence occurs: Evolutionary psychology, media equation, and presence. *Presence: Teleoperators & Virtual Environments*, 13(4), 494–505.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2021). *Theories of Human Communication* (twelfth). Waveland press.
- McKinsey and Company. (2022). *Survey Share Print Download Save The results of this year’s McKinsey Global Survey on AI show the expansion of the technology’s use since we began tracking it five years ago, but with.*
- Nass, C., & Moon, Y. (2000). Machines and Mindlessness: Social Responses to Computers. In *Journal of Social Issues* (Vol. 56, Issue 1).
- Oetken, M. L. (2024). *USING MEDIA EQUATION THEORY TO ASSESS THE EFFECTIVENESS OF VIRTUAL REALITY TECHNOLOGY IN ORGANIZATIONAL DIVERSITY, EQUITY, INCLUSION, AND BELONGING (DEIB) TRAINING.*
- Reeves, B., & Nass, C. (1996). The media equation Stanford. In *CA: CSLI publications*.
- Reuten, A., van Dam, M., & Naber, M. (2018). Pupillary responses to robotic and human emotions: The uncanny valley and media equation confirmed. *Frontiers in Psychology*, 9(MAY). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00774>
- Rohmah, S. N., & Haquq, R. (2024). The Role of Artificial Intelligence (Chat GPT) in the Development of Technology and Communication. *Jurnal JTIK (Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi)*, 8(4), 905–913.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

-
- Tambun, S. (2021). Peningkatan Kemampuan Melakukan Riset Kualitatif dengan Menggunakan Software NVivo 12 Plus di LAN Pusat Pelatihan dan Pengembangan dan Kajian Desentralisasi dan Otonomi Daerah di Samarinda. *Jurnal Pemberdayaan Nusantara*, 1(2).
- Taye, M. M. (2023). Understanding of machine learning with deep learning: architectures, workflow, applications and future directions. *Computers*, 12(5), 91.
- Teurupun, V. L. T. M. (2024, April 2). *Kelemahan dan Kekurangan Teknologi AI (artificial intelligence)*. <https://Www.Rri.Co.Id/Iptek/619499/Kelemahan-Dan-Kekurangan-Teknologi-Ai-Artificial-Intelligenc>.
- Utari, P., Pramana, & Ramadhani, A. (2024). BEYOND HUMAN COMMUNICATION: THE ARTIFICIAL INTELLIGENCE PHENOMENON IN THE PERSPECTIVE OF COMMUNICATION THEORY. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 135–151. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/interaksi.13.1.135-151>
- Van Der Goot, M. J., & Etzrodt, K. (2023). Disentangling two fundamental paradigms in human-machine communication research: Media equation and media evocation. *Human-Machine Communication*, 6, 17–30. <https://doi.org/10.30658/hmc.6.2>
- Yurt, E., & Kasarci, I. (2024). A Questionnaire of Artificial Intelligence Use Motives: A Contribution to Investigating the Connection between AI and Motivation. *International Journal of Technology in Education*, 7(2), 308–325. <https://doi.org/10.46328/ijte.725>
- Zahrani, A. R., & Haqqu, R. (2024). Aspek Relasional dalam Proses Komunikasi Manusia dengan Mesin (ChatGPT). *KOMVERSAL*, 6(2), 324–338.