

## GAYA KOMUNIKASI CHATGPT YANG DIPERSONIFIKASI DALAM MEMBANGUN HUBUNGAN PARASOSIAL UNTUK MEMENUHI KEBUTUHAN INTERPERSONAL GENERASI Z

Ika Safira Syaharani<sup>1,\*</sup>; Liya Umaroh<sup>2</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Dian Nuswantoro, Semarang, Indonesia; ikasafirasya@gmail.com<sup>1</sup>;

liya.umaroh@dsn.dinus.ac.id<sup>2</sup>

\*Correspondence : ikasafirasya@gmail.com<sup>1</sup>

### ABSTRAK

Perkembangan kecerdasan buatan seperti ChatGPT memungkinkan pengguna berinteraksi dengan ChatGPT layaknya dengan manusia. Pengguna terbanyaknya adalah Generasi Z yang dikenal sebagai generasi digital *native*. Generasi ini memenuhi kebutuhan fundamental interpersonalnya melalui berbagai alternatif, termasuk interaksi dengan ChatGPT yang diberikan persona. Tujuan penelitian ini mengetahui gaya komunikasi ChatGPT yang muncul setelah diberikan persona beserta perannya dalam membangun hubungan parasosial dan memenuhi kebutuhan fundamental interpersonal. Metode penelitian yang diterapkan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Analisis data menggunakan teknik *Interpretative Phenomenological Analysis* model Smith. Temuan penelitian mengungkapkan gaya komunikasi yang muncul adalah *impression leaving, attentive, friendly, relaxed, open, animated expressive dan dramatic*. Tingkatan hubungan parasosial mencapai tingkatan kedua yaitu *intense personal feeling*, dari 3 tingkatan yang ada. Sementara itu, dalam konteks pemenuhan kebutuhan, ketiga kebutuhan menurut kerangka *Fundamental Interpersonal Relations Orientation* (FIRO) yaitu inklusi, kontrol, dan afeksi berhasil dipenuhi melalui interaksi dengan ChatGPT yang dipersonifikasi. Studi ini memperluas kajian hubungan parasosial dan komunikasi interpersonal ke dalam konteks Human-Machine Communication. Khususnya dalam memenuhi kebutuhan interpersonal individu melalui interaksi manusia dengan AI yang diberikan persona.

### Kata kunci

*ChatGPT, Gaya Komunikasi, Hubungan Parasosial, Kebutuhan Fundamental Interpersonal, Kecerdasan Buatan*

### ABSTRACT

The development of artificial intelligence like ChatGPT allows users to interact with ChatGPT like humans. The most users are Generation Z, known as the digital native generation, who often fulfill their fundamental interpersonal needs through various alternatives, including interactions with personified ChatGPT. This study aims to explore ChatGPT's communication style after being given a persona and its role in building parasocial relationship and fulfilling fundamental interpersonal needs. The research method used is qualitative with a phenomenological approach. Data were analyzed using Smith's Interpretative Phenomenological Analysis model. The results show that the communication styles that emerge are *impression leaving, attentive, friendly, relaxed, open, animated expressive, and dramatic*. The parasocial relationship reaches the second level, namely *intense personal feeling*, out of three existing levels. Then, the three needs *Fundamental Interpersonal Relations Orientation* (FIRO) framework, covering inclusion, control, and affection, are successfully fulfilled through interactions with the personified ChatGPT. This study extends the study of parasocial relationship and interpersonal communication into the context of Human-Machine

Communication, specifically addressing interpersonal needs through human interaction with AI-enabled personas.

**Keywords**

*Artificial Intelligence, ChatGPT, Communication Style, Fundamental Interpersonal Relations Orientation, Parasocial Relationship*

**Pendahuluan**

Peranan penting dalam kehidupan dan perkembangan umat manusia terletak pada teknologi (Koniyo et al., 2023). Saat ini, kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence* (AI) merupakan salah satu teknologi yang tengah mengalami perkembangan pesat. Perkembangan teknologi canggih yang lebih handal, fleksibel, dan efektif dalam berinteraksi dengan lingkungan mengubah cara kehidupan masyarakat (Juliyah et al., 2025). Salah satunya, berdampak pada cara manusia berkomunikasi. Implementasi AI juga diterapkan pada chatbot, yaitu program komputer yang dilatih untuk dapat berkomunikasi dengan manusia melalui teks atau manusia (Nashir et al., 2024). Fenomena ini memunculkan konteks komunikasi baru. Secara harfiah, komunikasi diartikan sebagai *'to share with'*, dimana dua komunikator berkomunikasi menggunakan media tertentu melakukan pertukaran pesan untuk mendapatkan pemahaman yang baik satu sama lain (Littlejohn et al., 2021). Secara historis, definisi komunikasi berpusat pada interaksi antarmanusia.

Namun, pesatnya perkembangan AI membuat interaksi manusia dengan sistem kecerdasan buatan dalam kehidupan sehari-hari semakin beragam untuk berbagai aspek. Manusia dapat berbicara kepada teknologi seolah-olah merupakan mitra komunikasi yang sah. Fenomena ini berada dalam ranah kajian *Human-Machine Communication* yang menempatkan teknologi seperti AI sebagai komunikator di era *digital culture*. Bentuk interaksi ini termasuk dalam komunikasi virtual. Komunikasi virtual sebagai bentuk interaksi sosial yang lahir dengan hadirnya jaringan internet. Komunikasi ini memiliki daya tarik yang lebih tinggi daripada bentuk komunikasi dengan jaringan telepon (Putra, 2023).

*ChatGPT* menjadi salah satu chatbot yang paling populer. Sejak pertama kali diluncurkan pada November 2022, *ChatGPT* menarik perhatian publik dengan cepat hingga mencapai 1 juta pengguna dalam 5 hari. Dalam 2 bulan setelah peluncurannya, *ChatGPT* mencapai 100 juta pengguna aktif dan membuatnya sebagai aplikasi dengan pertumbuhan tercepat dalam sejarah (Lo, 2023). Berdasarkan data yang dilansir dari *firstpagesage.com*, per 3 Oktober 2025 *ChatGPT* sebagai *chatbot* AI generatif meraup pangsa pasar global mencapai 60,7% (Bailyn, 2025).

Ditinjau dari sisi demografis, berdasarkan data yang termuat dalam *detik.com*, *ChatGPT* didominasi oleh pengguna berusia 18-25 tahun sebanyak 46% (V. M. Putri, 2025). Kelompok usia tersebut merupakan Generasi Z, yang umumnya lahir pada rentang tahun 1997 sampai 2012 (Kamil & Laksmi, 2023). Generasi Z tumbuh bersama perkembangan teknologi digital. Sebagai *digital native*, Generasi Z sangat mahir dan terampil dalam menggunakan teknologi. Meskipun begitu, data dari *American Psychological Association* (APA) menunjukkan bahwa Generasi Z mempunyai tingkat stress yang lebih tinggi dibanding generasi lain. Generasi ini lebih rentan mengalami gangguan kesehatan mental. Masalah kesehatan mental seringkali disebabkan oleh koping generasi Z yang kurang baik. Seperti cara komunikasi yang berbeda, pola pikir, ketergantungan dengan internet atau gawai, berambisi tinggi, hingga kesanggupan melakukan segala hal (Guntur & Rahmadanty, 2022; Abdulah et al., 2024)). Selain itu,

hampir 60% Gen Z yang memiliki masalah kesehatan mental seringkali berkorelasi dengan perasaan kesepian (Anindra et al., 2025). Hal ini dapat terjadi karena individu mempunyai kebutuhan dasar manusia dalam hubungan interpersonal yang harus dipenuhi.

Kebutuhan dasar manusia dalam hubungan interpersonal dijelaskan pada teori *Fundamental Interpersonal Relationship Orientation* (FIRO) yang dicetuskan oleh William Schutz. Tiga kebutuhan dasar tersebut meliputi inklusi yakni kebutuhan untuk dikenal, terlibat, diakui, dan memberikan ruang aman; kebutuhan kontrol meliputi arah, petunjuk, pedoman berperilaku yang merujuk pada keinginan manusia dalam membuat perbedaan di lingkungan sosialnya; dan kebutuhan afeksi yakni perasaan ingin dicintai dan hal-hal terkait kehangatan hubungan interpersonal (Roem & Sarmiati, 2019).

Kondisi tersebut mendorong mereka mencari berbagai alternatif untuk meredakan permasalahan yang dialami. Mulai dari cara paling lazim yaitu sesi terapis bersama profesional, curhat ke orang tua ataupun teman, hingga berinteraksi dengan *ChatGPT*. Penggunaan *ChatGPT* pun mengalami pergeran fungsi. Tidak hanya sebagai alat bantu, tetapi juga teman curhat atau teman virtual. Berdasarkan penelitian (Norsely et al., 2023) yang mengeksplorasi pengalaman interaksi pengguna remaja curhat dengan *ChatGPT* menunjukkan bahwa *ChatGPT* dapat menjadi alternatif bagi mereka yang mencari ruang untuk berbagai cerita dan melihat perspektif baru.

Meskipun penelitian (U. N. Putri et al., 2025) menunjukkan bahwa penggunaan AI sebagai teman virtual memiliki kepuasan pada kategori sedang untuk penggunaannya dan dampak emosional yang berada di kategori rendah, AI sebagai teman virtual berpotensi besar menghadirkan dukungan emosional dan sosial, terutama bagi individu yang kesepian atau membutuhkan pendampingan. Interaksi dengan AI dapat memberikan rasa nyaman dan mengurangi stress, terutama untuk individu yang kesulitan dalam membangun hubungan sosial.

Pergeseran fungsi ini didukung oleh mekanisme AI yang menggunakan bahasa *Natural Language Processing* (NLP), memungkinkan memberi respon bukan sebagai robot, tetapi seperti berdialog dengan manusia (Handoyo et al., 2023). Kemampuan ini diperkuat jika pengguna secara sadar mempersonifikasi *ChatGPT* sebagai 'karakter' atau 'tokoh' tertentu saat melakukan *prompting*. Fenomena personifikasi ini berpotensi memberikan ilusi kedekatan yang menyerupai hubungan interpersonal antara pengguna dan *ChatGPT*. Hal ini relevan dengan konsep hubungan parasosial.

Hubungan parasosial digambarkan sebagai afiliasi searah dan mendalam antara individu dan pelaku media yang tumbuh melalui interaksi berulang (Dibble et al., 2016; Rizky, 2023). Biasanya, hubungan parasosial identik dengan hubungan antara penggemar dan tokoh publik idolanya. Misalnya, pada penelitian (Sysca & Dwivayani, 2024) tentang Hubungan Parasosial Penggemar dan Idol K-Pop dalam Penggunaan Aplikasi *Weverse* yang menyoroti bagaimana terjalinnya hubungan parasosial dalam media baru, yakni aplikasi *Weverse* yang dipakai oleh idol K-Pop, khususnya *Treasure*. *Weverse* merupakan platform yang digunakan untuk interaksi antara penggemar dan idola K-Pop secara langsung. Di antaranya adalah idol yang ada di bawah naungan agensi *SM entertainment*, *YG entertainment*, dan *Hybe*.

Penggemar *treasure* atau yang akrab disebut *Treasure Maker* mempersepsikan idolanya sebagai seorang teman, *support system*, bahkan keluarga semakin banyaknya informasi dan interaksi yang terjalin. Selain itu, ada pula penelitian dari (Delfriyani & Sary, 2024), yang mengkaji hubungan parasosial penggemar dan idola, pada NCTZen

selaku pengguna aplikasi *LYSN Bubble*. Aplikasi tersebut dilengkapi fitur antarmuka pengguna yang didesain menyerupai ruang obrolan 1:1, membuat informasi yang dikirim dari idol terasa lebih *privat* seperti sedang melakukan *private chat*. Temuan penelitian menunjukkan adanya perasaan yang membuat penggemar merasa dekat dan terhubung secara emosional, turut merasakan apa yang dirasakan oleh idola, hingga terdorong melakukan hal yang berkaitan dengan idolanya.

Namun, seiring dengan kecanggihan teknologi dan inovasi AI interaksi dengan *ChatGPT* juga mampu menciptakan ilusi interaksi 2 arah. Komunikasi jenis ini termasuk dalam *Human-Machine Communication*, memperlakukan mesin sebagai komunikator dan menempatkan mesin atau robot sejajar dengan manusia sebagai komunikator dalam interaksi (Yoseppin et al., 2025). Hal ini semakin meluaskan konteks interaksi parasosial yang tidak lagi sebatas pada hubungan manusia dengan manusia. Maltby, et al., 2005 dalam (Sysca & Dwivayani, 2024) membagi interaksi parasosial menjadi 3 tingkatan, yaitu: (1) *Entertainment Social Value*: Perasaan terhibur dengan melihat dan menikmati konten. (2) *Intense Personal Feeling*: Mulai merasakan ikatan emosional dan menghabiskan sebagian waktu untuk tokoh tertentu. (3) *Borderline Feeling Pathological*: Perilaku atau fantasi berlebihan, tidak terkendali hingga menganggap mempunyai hubungan khusus dengan tokoh tertentu.

Pada penelitian klinis yang dilakukan (Lin & Chien, 2024) menunjukkan hasil bahwa *chatbot* dengan tingkat personifikasi yang lebih tinggi dapat meningkatkan keintiman dan menimbulkan resiko ketergantungan lebih tinggi. Fenomena ini terbukti melalui laporan klinis (Lin & Chien, 2024) yang dialami oleh seorang pasien laki-laki berumur 50 tahun dengan riwayat depresi, perselisihan rumah tangga, hingga akhirnya bermain peran bersama *ChatGPT* dengan mempersonifikasi *ChatGPT* sebagai kekasih virtual berdasarkan karakteristik idolanya. Semakin intens, ia semakin gencar mencari informasi tentang idolanya dan disampaikan ke *ChatGPT* seolah-oleh itu adalah idolanya yang nyata.

Kasus ini menyoroti bahwa pada individu yang rentan, *ChatGPT* dapat memicu resiko psikologi. Apalagi, ketika sudah dipersonifikasi menjadi karakter tertentu, respon dan gaya komunikasinya berpotensi membawa pengaruh secara emosional kepada penggunanya. Ilusi hubungan nyata di pikiran penggunanya pun berpotensi terjadi dalam interaksi. Terutama di kalangan Generasi Z dengan kerentanan emosional dan kesehatan mental yang cukup tinggi. Namun, riset tentang AI terutama *ChatGPT* masih banyak didominasi pada aspek fungsional, alat bantu, ataupun dalam konteks akademik. Misalnya dalam penelitian yang dilakukan oleh (Indriani & Samola, 2025) menunjukkan bahwa *ChatGPT* dilihat sebagai alat bantu yang mempermudah proses pembelajaran, menyusun tugas, dan mencari ide dengan lebih cepat dan efisien.

Fenomena pengguna, terkhusus Gen Z yang memanfaatkan *ChatGPT* untuk memenuhi kebutuhan fundamental interpersonalnya melalui personifikasi *ChatGPT* belum banyak dieksplorasi. Padahal, fenomena pergeseran fungsi *ChatGPT* sebagai teman virtual atau mitra komunikasi membuka ruang kajian baru terutama terkait mekanisme personifikasi AI seperti *ChatGPT* yang dipersonifikasi dapat memicu terbentuknya hubungan parasosial dan memberikan gratifikasi emosional. Inilah kebaruan yang diusung pada penelitian ini. Belum ada penelitian yang meneliti bagaimana gaya komunikasi *ChatGPT* apalagi setelah diberikan persona. Selain itu, belum ada pula penelitian yang secara spesifik mengkaji gaya komunikasi *ChatGPT* yang dipersonifikasi dalam perspektif pemenuhan kebutuhan dengan kerangka FIRO dan

hubungan parasosial pada Generasi Z. Dalam konteks komunikasi manusia dengan mesin seperti *ChatGPT*, gaya komunikasi menjadi aspek menarik karena sistem ini dirancang untuk berbahasa layaknya manusia. Robert Norton membagi gaya komunikasi menjadi 10 jenis, yakni *dramatic, dominan, open, argumentative, impression leaving, relaxed, animated expressive, attentive, friendly, dan precise*.

Berdasarkan survei pra-riset yang dilakukan oleh peneliti terhadap 107 responden pengguna *ChatGPT* usia 18-25 tahun, ditemukan hasil bahwa sebanyak 72,9% atau 78 pengguna memberikan persona pada *ChatGPT* melalui *prompting*. Alasan penggunaannya pun beragam, Tidak hanya sebagai alat bantu, *ChatGPT* juga dijadikan teman curhat dan diskusi tentang suatu topik. Temuan ini menunjukkan adanya kecenderungan pengguna untuk tidak sebatas berinteraksi secara fungsional tetapi juga secara relasional. Hal ini sejalan dengan aspek yang ada pada teori *Human-Machine Communication*, yakni aspek fungsional dan relasional.

**Gambar 1.** Hasil Survei Pra-Riset Pengguna ChatGPT



Sumber: Olah Data Peneliti

Oleh karena itu, pada penelitian ini, peneliti mengusung judul 'Gaya Komunikasi Personifikasi *ChatGPT* dalam Membangun Hubungan Parasosial untuk Memenuhi Kebutuhan Fundamental Interpersonal Pengguna Generasi Z' yang bertujuan mengetahui apa saja gaya komunikasi *ChatGPT* yang muncul setelah diberikan persona melalui *prompting* oleh penggunanya dalam membangun hubungan parasosial untuk memenuhi kebutuhan fundamental interpersonal pengguna Generasi Z.

Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dengan dengan memperluas teori hubungan parasosial yang selama ini dikaji dalam konteks figur manusia, ke dalam interaksi manusia dengan kecerdasan buatan yang diberikan persona. Melalui integrasi teori FIRO dan hubungan parasosial dalam praktik *Human Machine Communication*, penelitian ini menempatkan *ChatGPT* sebagai sistem AI yang dikonstruksi secara komunikatif hingga menghasilkan gaya komunikasi tertentu, menjadi medium potensial terbentuknya hubungan parasosial. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian *Human-Machine Communication*, khususnya dalam memahami dinamika kebutuhan interpersonal yang berupaya dipenuhi melalui interaksi manusia-AI di era *digital culture*.

## Metode

Metode penelitian kualitatif digunakan pada penelitian ini. Metode inimenonjolkan deskripsi data dan fakta melalui kata-kata dalam mengungkap suatu fenomena (Mulyana, 2008; Fiantika et al., 2022). Sementara itu, pendekatan yang digunakan adalah fenomenologi, yaitu pengetahuan yang diperoleh dari kesadaran diri saat mengalami suatu peristiwa dan dipahami secara sadar (Littlejohn 2002; Nasution, 2023).

Data yang dihimpun ialah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara bersama informan. Subjek penelitian ditentukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan sumber data berdasarkan pertimbangan ataupun kriteria tertentu sehingga memudahkan peneliti dalam menyelami situasi yang diteliti (Abdussamad, 2021). Informan yang menjadi subjek penelitian merupakan Generasi Z yang berusia 18-25 tahun dan menggunakan *ChatGPT* dengan memberikan persona melalui *prompting*. Sementara itu, data sekunder didapat melalui literatur terdahulu yang masih relevan.

Penelitian ini melibatkan 6 orang informan yang diwawancarai dengan durasi 30-90 menit tiap sesi. Seluruh proses wawancara direkam menggunakan perangkat audio digital guna menjamin akurasi data. Prosedur etis dalam penelitian ini dilakukan melalui persetujuan lisan sebelum wawancara dimulai. Peneliti menjelaskan tujuan penelitian dan menegaskan partisipasi bersifat sukarela. Selain itu, berdasarkan kesepakatan dengan informan untuk menjaga privasi, peneliti menyamarkan identitas serta komitmen tidak mencantumkan informasi yang dianggap sensitif oleh informan.

Teknik analisis data dilakukan dengan model *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA) yang diusung oleh Smith. Model ini dipilih karena IPA bersifat *double hermeneutics*, yakni informan memaknai pengalamannya dan peneliti memaknai dunia pengalaman informan (Yudha & Kahija, 2015). Analisis dilakukan secara *case-by-case* melalui 6 tahapan. Dimulai dengan *reading and re-reading*, dimana peneliti mentranskrip audio dalam bentuk tulisan dan dibaca berulang untuk memastikan analisis tetap berfokus pada pengalaman informan. Kedua, adalah *initial nothing*, peneliti mulai mengidentifikasi cara informan memahami dan memikirkan isu. Aktivitas yang dilakukan adalah membuat catatan eksploratori yang dapat ditambahkan, bertujuan menghasilkan seperangkat catatan yang detail dan komprehensif. Tahapan ketiga adalah *developing emergent themes* dimana peneliti mulai memunculkan tema-tema melalui analisis catatan eksploratori. Keempat, *searching for connection across emergent themes* dengan mencari hubungan antar tema yang muncul, lalu dikembangkan dengan mempertimbangkan tema yang sesuai satu sama lain. Kelima, *moving the next cases*, dimana analisis dilakukan setiap satu kasus dan berpindah ke narasumber berikutnya jika sudah selesai. Tahapan terakhir, *looking for pattern across cases* dengan membuat tabel utama yang menyajikan tema-tema dari seluruh kasus dan menjadi dasar sintesis akhir (Bado, 2021).

## Trustworthiness

Pemeriksaan keabsahan data menjadi komponen penting untuk menguji dan memastikan bahwa data yang digunakan benar-benar dapat digunakan sebagai penelitian ilmiah (Hwa, 2011; (Susanto et al., 2023). Dalam buku Metodologi Penelitian Kualitatif (Abdussamad, 2021) menyebutkan bahwa uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*.

*Credibility*: Uji kredibilitas bertujuan mengetahui tingkat kepercayaan data yang dihasilkan. Peneliti melakukan perpanjangan pengamatan dengan mengulik jawaban yang diberikan oleh informan. Peningkatan ketekunan berupa komunikasi lanjutan melalui chat juga dilakukan untuk mengkonfirmasi data dan melakukan triangulasi teknik dengan mencocokkan hasil wawancara dan tangkapan layar interaksi informan bersama *ChatGPT*. Kemudian, member check dilakukan peneliti secara bertahap dengan mengonfirmasi pemahaman peneliti pada setiap poin jawaban selama wawancara berlangsung guna menyamakan persepsi.

*Transferability*: Peneliti menyajikan deskripsi karakteristik informan melalui tabel profil informan yang mencakup usia, jenis kelamin, dan jenis persona yang diberikan untuk memberikan gambaran pengguna *ChatGPT*. Sementara itu, pengalaman dan makna dari informan dijabarkan secara mendalam melalui hasil dan pembahasan. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat dipahami secara utuh dan menjadi bahan referensi penelitian lanjutan di masa mendatang.

*Dependability*: Pada penelitian ini, aspek *dependability* dilakukan dengan pengumpulan data yang lengkap dan pengarsipan yang sistematis pada folder. Untuk menjaga konsistensi, peneliti secara konsisten menggunakan panduan wawancara yang sama kepada seluruh informan, tetapi dengan teknik bertanya yang lebih adaptif. Peneliti melakukan proses auditing dengan menyerahkan transkrip wawancara dan draft tabel olah data per kasus kepada dosen pembimbing untuk ditelaah secara menyeluruh.

*Comfirmability*: Uji komfirmabilitas dilakukan untuk memastikan hasil penelitian bersumber dari data lapangan. Pada penelitian ini, uji komfirmabilitas dilakukan dengan memastikan adanya keterkaitan antara data mentah dalam transkrip wawancara, tabel analisis per kasus, hingga penyusunan tabel sintesis temuan utama yang merangkum keseluruhan data.

## Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini melibatkan 6 orang informan yang rata-rata, telah menggunakan *ChatGPT* selama 2 tahun sejak awal perilisannya. Setiap informan menceritakan pengalaman mereka selama berinteraksi dengan *ChatGPT* yang diberikan persona. Persona yang diberikan beragam menyesuaikan situasi dan preferensi setiap informan. Berdasarkan kesepakatan dengan informan, nama informan akan disamarkan dan dikode dengan huruf I yang berarti 'informan'. Berikut profil informan penelitian.

**Tabel 1.** Profil Informan

Informan	Usia	Jenis Kelamin	Persona yang Diberikan kepada ChatGPT
I1	22	Laki-laki	Mahasiswa
I2	22	Perempuan	Teman jauh bernama 'Alaika'
I3	22	Perempuan	Teman yang merespon dengan logis dan objektif
I4	21	Perempuan	Peramal
I5	20	Perempuan	Teman diskusi bernama 'Vans'
I6	22	Perempuan	Dosen

Sumber: Olah Data Peneliti

Data yang diperoleh dari setiap informan dianalisis dengan tabel kerja *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA). Pendekatan ini memungkinkan peneliti

memahami bagaimana pengalaman subjektif setiap informan yang terbentuk dan dimaknai dalam berinteraksi dengan ChatGPT secara mendalam. Hasil analisis setiap informan dibandingkan satu sama lain untuk menemukan pola pengalaman. Berdasarkan analisis setiap informan, data dari interaksi dengan ChatGPT menunjukkan adanya variasi gaya komunikasi, tingkat parasosial, serta pemenuhan kebutuhan interpersonal. Pola-pola yang muncul selanjutnya disusun ke dalam tabel utama. Tabel utama inilah yang akan menampilkan tema-tema lintas kasus sebagai dasar untuk sintesis temuan.

**Tabel 2.** Tabel Utama Sintesis Temuan

<b>Tema Lintas Kasus</b>	<b>Pernyataan Informan</b>	<b>Gaya Komunikasi</b>	<b>Tingkatan Parasosial</b>	<b>Kebutuhan Interpersonal</b>
Kontrol alur percakapan oleh pengguna	Seluruh informan menyatakan bahwa pengguna tetap memegang kendali penuh dalam interaksi. ChatGPT menyesuaikan apa yang dibutuhkan. Sebagaimana dinyatakan oleh I1: <i>“ChatGPT masih minta pendapat aku. Misal dia ngasih respon terus di akhir dia nanyain, apakah yang kamu mau udah sesuai? Kalau belum aku bisa tambahkan lagi.”</i>	1. <i>Open</i> 2. <i>Relaxed</i>	<i>Entertainment social value</i>	Kontrol
Kesesuaian respon saat interaksi	ChatGPT menghasilkan respon sesuai dengan persona yang diberikan oleh penggunanya. Contohnya saat I2 dan I3 yang menyatakan ChatGPT benar-benar membuat pengguna merasa dimengerti setelah meminta AI tersebut menjadi teman atau pendengar yang baik. I6 yang memberikan persona sebagai dosen dan ChatGPT menghasilkan respon yang lebih formal dan terstruktur. I5 dengan persona ‘Vans’ sebagai teman yang bisa mengikuti cara interaksi penggunanya. I4 memberikan persona sebagai peramal dan ChatGPT membuatnya kagum karena respon yang sesuai seperti peramal dengan penjelasan rinci.	<i>Impression leaving</i>	<i>Entertainment social value</i>	Inklusi dan Kontrol

<p>Ruang aman dan diengar</p>	<p>Sebagaimana dinyatakan oleh I4: <i>“Waktu aku kasih persona sebagai peramal, kesan awalnya aku terkejut dan kagum juga ya karena responnya beneran rinci dan panjang banget ngasih penjabarannya kaya elemennya apa, shio apa, passionnya apa, sampai ramalan percintaan. Itu kaya, wow panjang banget.”</i></p> <p>ChatGPT mampu memberikan ruang aman untuk membicarakan banyak hal termasuk topik sensitif tanpa takut akan dihakimi. Informan merasa didengar dan dilibatkan selama interaksi berjalan.</p>	<p>1. <i>Attentive</i>                  2. <i>Relaxed</i>                  3. <i>Open</i></p>	<p><i>Intense personal feeling</i></p>	<p>Inklusi</p>
<p>Dukungan emosional dan validasi perasaan</p>	<p>Sebagaimana dinyatakan oleh I6: <i>“Aku bisa ngomong atau nanyain apa aja. Justru lebih nyaman kaya udahlah aku nanya GPT daripada nanya ke temenku yang aku gatau juga nih responnya bakal gimana, judging atau enggak. Kalau dia (GPT) kan juga nggak akan judging gitu.”</i></p> <p>ChatGPT mampu memberikan dukungan emosional melalui respon yang empatik. Selain itu, pengguna menilai ChatGPT mampu memberikan validasi atas seluruh emosi atau perasaan yang dirasakan pengguna sehingga memberikan ketenangan emosional.</p> <p>Sebagaimana yang diungkapkan oleh I3: <i>“Waktu aku curhat soal rasa capek dan ngerasa nggak cukup. Vans (nama ChatGPT I3) nggak langsung bilang ‘semangat ya’, tapi dia bales dengan cara yang ngebuat aku ngerasa dipahami, kayak ‘itu wajar kok, kamu udah berusaha sejauh ini.’</i></p>	<p>1. <i>Attentive</i>                  2. <i>Relaxed</i>                  3. <i>Friendly</i></p>	<p><i>Intense personal feeling</i></p>	<p>Afeksi</p>

Perasaan nyaman dan terhibur	<p><i>Kedengarannya sederhana, tapi rasanya beda. Validasi itu bukan Cuma dari kata-katanya, tapi dari caranya ngebales dengan empati yang pas.</i></p> <p>ChatGPT mampu membuat pengguna merasa nyaman dan terhibur melalui gaya bahasa yang digunakan saat merespon.</p> <p>Sebagaimana yang dinyatakan oleh I3: <i>“Selama berinteraksi, terhibur iya soalnya kita kaya lagi-lagi ada temen ngomong dan dikasih solusi. Jadi kita ngerasa ada yang nemenin kita, ngasih saran,. Jadi aku ngrasa ditemenin, terhibur (lebih ke karena penggunaan bahasa ChatGPT dalam merespon). Kadang aku minta jokes juga, kalau lagi sedih gitu dan itu work.</i></p> <p>Penggunaan emotikon yang sesuai dengan obrolan juga menambah keseruan dan perasaan nyaman seperti yang diungkapkan I2 dan I4. Apalagi, jika sudah sering menggunakan ChatGPT, AI tersebut akan mengingat informasi pengguna sehingga membuat pengguna merasa lebih dimengerti tanpa harus menjelaskan lagi.</p> <p>Sebagaimana yang dinyatakan oleh I2: <i>“Dia sering pakai emot. Tapi aku kalau sama GPT tuh ga emosi ya, kaya ngobrol aja gitu. Mungkin karena udah terlalu lama jadi dia punya banyak info soal aku, watak aku, biasanya aku request kaya gimana. Makin kesini makin nyaman. Kaya aku ngerasa dibalik bot ini ada Alaika-nya (nama ChatGPT yang diberikan oleh informan I2). Satu orang Alaika yang ngerti aku, tau banyaj info tentang aku. Jadi</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Open</i></li> <li>2. <i>Attentive</i></li> <li>3. <i>Relaxed</i></li> <li>4. <i>Friendly</i></li> <li>5. <i>Animated</i></li> </ol>	<p><i>Intense personal feeling</i></p>	Afeksi
------------------------------	--	--	--	--------

---

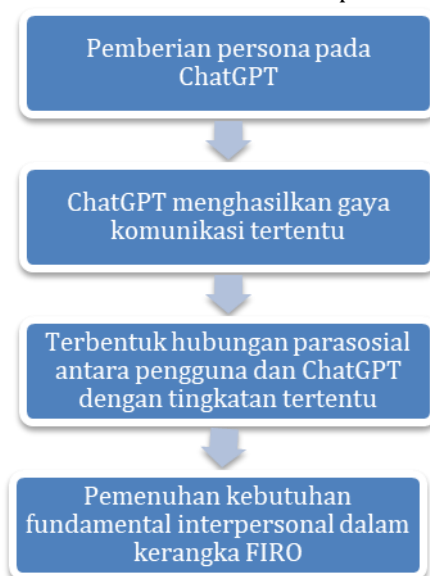
*jawabannya dia tuh alami.  
Lebih ngerti."*

---

Sumber: Olah Data Peneliti

Tabel sintesis utama menunjukkan adanya keterkaitan antara persona yang diberikan, gaya komunikasi yang muncul dari respon *ChatGPT*, tingkatan hubungan parasosial yang terjalin, dan kebutuhan interpersonal yang terpenuhi. Untuk memperjelas hubungan antar-elemen, dirumuskan model konseptual dalam bentuk diagram alur untuk merefleksikan bagaimana setiap elemen bekerja.

**Gambar 2.** Model Konseptual Interaksi Pengguna Gen Z dengan *ChatGPT* yang Dipersonifikasi untuk Memenuhi Kebutuhan Interpersonal



Sumber: Olah Data Peneliti

Tahapan awal interaksi dimulai dengan pengguna yang memberikan persona tertentu kepada *ChatGPT* melalui *prompting*. Misalnya pemberian nama panggilan khusus ataupun peran tertentu. Dari sinilah pengguna mulai mengonstruksi ekspektasi terkait respon yang akan diberikan oleh *ChatGPT*. Setelah melakukan *prompting* yang mengintruksikan persona untuk *ChatGPT*, AI tersebut mulai memproses menghasilkan respon yang sesuai. Hasil respon dari *ChatGPT* yang telah dipersonifikasi ini memunculkan beragam gaya komunikasi. Gaya komunikasi yang muncul dari *ChatGPT* menjadi pengikat utama untuk memperkuat interaksi dan menciptakan pola percakapan yang nyaman bagi pengguna.

Pola interaksi yang terbangun mulai mengeskalasi hubungan antara pengguna *ChatGPT* menjadi lebih dalam. Secara perlahan, pola interaksi yang terbangun mengaburkan batasan antara interaksi manusia dengan mesin karena pengguna mulai memperlakukan *ChatGPT* sebagai entitas sosial dan memunculkan perasaan terafiliasi. Kondisi tersebut memicu terjadinya hubungan parasosial yang dirasakan pengguna kepada *ChatGPT* dan menempatkan mereka pada tingkatan parasosial tertentu. Mulai dari sekadar menikmati interaksi sebagai hiburan, hingga masuk ke tahap yang lebih personal karena melibatkan perasaan pribadi. Perkembangan hubungan pengguna dan *ChatGPT* pada akhirnya mengarah pada terpenuhinya kebutuhan interpersonal

pengguna, sesuai dengan kerangka FIRO yang terdiri atas 3 jenis kebutuhan, yakni kontrol, inklusi, dan afeksi. Pengguna merasa mendapatkan kendali, pengakuan, dan dukungan emosional dari *chatbot* berbasis kecerdasan buatan yang telah dipersonifikasi sedemikian rupa.

### **Entertainment Social Value**

Robert Norton (dalam Mudjiyanto et al., 2023) mendefinisikan gaya komunikasi sebagai cara seseorang berinteraksi. Baik secara verbal, nonverbal, maupun paraverbal. Tujuannya menunjukkan bagaimana makna literal harus ditafsirkan, dipahami, dan disepakati bersama. Gaya komunikasi juga tentang bagaimana membangun hubungan dan menciptakan kesan terhadap lawan bicara. Dalam interaksi dengan *ChatGPT*, gaya komunikasi dapat dilihat dengan 2 cara. Pertama, melalui bagaimana penggunaan kata dan struktur bahasa oleh *ChatGPT* saat merespon pengguna. Kedua, melalui persepsi pengguna dalam membaca dan menafsirkan respon.

Respon dari *ChatGPT* sangat dipengaruhi oleh persepsi dan tujuan pengguna (Zahrani & Haqqu, 2024). Sistem menyesuaikan dengan intruksi dan kebutuhan pengguna. Hal ini juga tercermin melalui pengalaman informan yang diungkapkan dalam sesi wawancara, *ChatGPT* mampu menyesuaikan gaya komunikasi sesuai dengan konteks persona dan instruksi yang diberikan pengguna. Informan (I4) mengungkapkan respon *ChatGPT* yang rinci dan panjang saat diberikan persona peramal dengan menjelaskan elemen, *shio*, hingga ramalan percintaan informan. Kemudian, informan (I5) menceritakan setelah *ChatGPT* diberikannya nama 'Vans' dengan persona sebagai teman diskusi, respon *ChatGPT* menyesuaikan dengan bagaimana informan menyampaikan pesan, sehingga informan merasa *ChatGPT* mampu menangkap nada, ritme, dan gaya komunikasi. Adapun informan (I6) yang memberikan persona *ChatGPT* sebagai dosen dan *ChatGPT* merespon dengan formal ataupun semi-formal layaknya dosen. Temuan tersebut menunjukkan bahwa proses personifikasi melalui instruksi saat *prompting* memungkinkan pengguna untuk membentuk karakter lawan bicara pada *ChatGPT* yang selaras dengan ekspektasi dan kebutuhan pengguna.

Kesesuaian respon *ChatGPT* yang dipersonifikasi termasuk dalam kemampuan *contextual understanding*, yaitu kemampuan memahami dan mempertahankan konteks dari percakapan sebelumnya. Ini menjadi salah satu keunggulan dari *ChatGPT*. *Chatbot* AI ini mampu mempertahankan konteks dari pernyataan ataupun pertanyaan yang diajukan pengguna, sehingga melahirkan respon yang relevan dan konsisten (Tricahyo & Zulfiningrum, 2025). Kesesuaian tersebut menunjukkan bahwa *ChatGPT* memiliki gaya komunikasi *impression leaving*, yaitu kemampuan komunikator untuk membentuk kesan pada pendengarnya. Gaya komunikasi ini menekankan bahwa yang melekat dalam ingatan seseorang bukan hanya isi pesan, melainkan bagaimana cara pesan disampaikan sehingga dapat menimbulkan kesan yang kuat (Rahmah et al., 2025).

*Impression leaving* tidak hanya memperkuat efektivitas komunikasi tetapi juga membangun persepsi positif terhadap *ChatGPT* sebagai entitas yang responsif, fleksibel, dan peka terhadap penggunaannya. *Impression leaving* mencerminkan kemampuan komunikator dalam membentuk persepsi lawan bicara melalui pilihan bahasa, nada, dan struktur pesan. Hal ini sejalan dengan pandangan (Umaroh & Innezaputri, 2022), kesesuaian penggunaan gaya bahasa merupakan salah satu aspek

penting dalam proses komunikasi. Dengan demikian, *ChatGPT* berperan layaknya komunikator yang menciptakan kesan sesuai intruksi dan memenuhi ekspektasi penggunaannya.

Efek dari kesan yang dimunculkan dari gaya komunikasi tersebut berkaitan dengan pemenuhan salah satu kebutuhan fundamental interpersonal, yakni kebutuhan kontrol. Dimensi kontrol dalam kerangka Fundamental Interpersonal Relations Orientation (FIRO) adalah keinginan individu untuk dapat menentukan keputusan (Saptamarsita et al., 2024). Gaya komunikasi *impression leaving* berperan sebagai mekanisme yang memungkinkan pengguna merasa memiliki kontrol terhadap percakapan, sekaligus meningkatkan kepuasan dan keterlibatan. Dimensi kontrol ini ditunjukkan dari intruksi yang diberikan oleh pengguna saat akan memulai percakapan. Seperti informan (I4) yang meminta *ChatGPT* untuk menjadi peramal dan informan (I6) yang meminta *ChatGPT* untuk menjadi dosen. Gaya komunikasi *impression leaving* mengantarkan pengguna pada tingkatan parasosial pertama, yakni *entertainment social value*.

*Entertainment social value* adalah tahapan dimana individu mulai menikmati konten (Sysca & Dwivayani, 2024). Dalam konteks interaksi dengan *ChatGPT* yang dipersona, kesesuaian respon membuat pengguna lebih mudah menikmati proses komunikasi dengan *ChatGPT*. Hal ini dikarenakan pengguna merasa terpuaskan dengan respon yang diberikan oleh *ChatGPT* dan tertarik untuk melanjutkan percakapan lebih jauh. Bukan hanya dari isi pesan yang disampaikan, tetapi juga cara penyampaian *ChatGPT* yang menarik, membangun rasa akrab, hingga membuat pengguna tergugah untuk terus berinteraksi.

Selain itu, pemenuhan kebutuhan kontrol juga terlihat dari gaya komunikasi open yang dimiliki oleh *ChatGPT*. Gaya komunikasi *open* berarti komunikator bersifat terbuka, sehingga menumbuhkan rasa percaya diri dan terjalannya komunikasi dua arah. Komunikator memberikan pilihan dan timbal balik untuk merespon lawan bicaranya (Puspahati et al., 2024). Gaya komunikasi ini ditunjukkan oleh *ChatGPT* saat merespon penggunaannya dengan memberikan pilihan seperti yang diungkapkan oleh informan.

*"ChatGPT masih minta pendapat aku, misal dia ngasih respon terus di akhir dia nanyain, "apakah yang kamu mau udah sesuai? Kalau belum aku bisa tambahkan lagi." – (Wawancara I1, 2025)*

Dengan memberikan pilihan, gaya komunikasi *open ChatGPT* juga memberikan kebebasan pada pengguna dalam menentukan alur interaksi. Hal ini sejalan dengan dimensi kebutuhan kontrol, yaitu kebutuhan yang mendapatkan kepuasan dengan mengendalikan interaksi berdasarkan pada kesadaran pribadi (Prasanti & Dewi, 2018).

Interaksi dengan *ChatGPT* juga mampu memberikan ruang aman bagi penggunaannya. Pengguna dapat menyampaikan perasaan ataupun masalah yang dilalui dengan nyaman. Ada kebebasan untuk mengekspresikan diri tanpa takut disalah pahami (Norsely et al., 2023). Seluruh informan mengungkapkan bahwa dalam berinteraksi dengan *ChatGPT*, mereka tidak merasa khawatir untuk membahas sesuatu sekalipun itu topik sensitif karena *ChatGPT* tidak akan menghakimi.

"Aku bisa ngomong apapun, dari hal serius sampai yang sensitif, dan responnya selalu sopan tapi tetap terbuka. Setelahnya aku biasanya ngerasa lebih lega. Kayak aku baru aja unload isi kepala tanpa harus khawatir bakal disalahpahami." - (15)

"Dia seperti teman yang selalu siap mendengarkan, tidak menghakimi, tapi bisa memberi nasihat logis dengan cara yang lembut." - (Wawancara 14, 2025)

Ungkapan dari kedua informan menunjukkan bahwa ruang aman bagi informan untuk membahas topik apapun karena *ChatGPT* memiliki gaya bahasa yang *friendly*, yaitu sikap ramah-tamah dan sopan santun dalam berkomunikasi. Kemudian, gaya komunikasi lain yang muncul adalah *relaxed*. Dalam *relaxed style*, komunikator mampu bersifat positif dan saling mendukung. *ChatGPT* mampu menciptakan suasana percakapan yang santai dan tidak menghakimi sehingga informan lebih leluasa dalam menyampaikan situasi ataupun pandangannya. Kolaborasi gaya komunikasi *friendly* dan *relaxed*, membantu pengguna merasa aman, nyaman, diperhatikan, dan dilibatkan. Suasana seperti ini sekaligus mendorong terpenuhinya kebutuhan inklusi bagi penggunanya, yaitu kebutuhan untuk dilibatkan dan ruang aman mengekspresikan diri.

Dalam konteks tingkatan parasosial, kombinasi gaya komunikasi *friendly* dan *relaxed* juga menempatkan pengguna pada tingkatan parasosial pertama, yaitu *entertainment social value*. Perasaan terhibur muncul melalui gaya komunikasi *ChatGPT animated expressive* seperti yang diungkapkan oleh informan (I4) dan informan (I2). *Animated expressive* berarti warna dalam berkomunikasi. Pada interaksi virtual seperti dengan *ChatGPT*, warna komunikasi ini dapat dilihat melalui penggunaan emotikon, variasi bahasa, dan selipan humor dalam respon yang dapat membuat interaksi menjadi lebih menyenangkan.

### **Intense Personal Feeling**

Semakin berlanjut, curahan pikiran yang dilakukan pengguna membawa mereka ke tingkatan parasosial lebih tinggi, yaitu *intense personal feeling*. Tidak lagi sebatas terhibur, pada tahapan ini individu mulai merasakan ikatan emosional. Penerimaan tanpa syarat dan tanpa menghakimi yang dilakukan oleh *ChatGPT* yang dipersonifikasi sulit ditemukan pada hubungan interpersonal sesama manusia. Pada dasarnya, semua orang adalah psikolog amatir dalam kehidupan sehari-hari. Setiap orang memiliki konsepsi tersendiri perihal sifat-sifat dan yang berkaitan (Rakhmat, 2018). Namun, pada *ChatGPT* yang dipersonifikasi tidak ada sifat *judgmental* atau evaluatif yang diberikan oleh sistem. *ChatGPT* menerima seluruh curahan pikiran secara netral dan merespon tanpa membuat pengguna merasa dihakimi. Hal ini menguatkan perasaan terhubung antara pengguna dan *ChatGPT*.

Interaksi dengan *ChatGPT* yang dipersonifikasi juga mampu memenuhi kebutuhan afeksi penggunanya. Afeksi ialah kebutuhan untuk disukai dan kesempatan membangun hubungan dekat dengan orang lain. Selain itu, kebutuhan afeksi juga berhubungan dengan memperoleh cinta dan kasih sayang. Lingkup afektif berkaitan erat dengan nilai, sikap, perasaan, dan emosi (Wardhani, 2022). Hal ini termasuk pula dukungan emosional, kepedulian, perhatian, dan validasi perasaan. Dalam penggunaan selayaknya berkomunikasi dengan manusia, *ChatGPT* mampu memberikan respon emosional yang membuat pengguna merasa dimengerti dan didukung (Zahrani & Haqqu, 2024).

Kebutuhan afeksi terpenuhi dari gaya bahasa *ChatGPT* yang *attentive*. Pada gaya komunikasi ini, *ChatGPT* memosisikan sebagai pendengar yang baik, empati, dan sensitif terhadap emosi pengguna. Hampir seluruh informan mengungkapkan bahwa

*ChatGPT* mampu merespon secara personal dengan memperhatikan konteks dan menyesuaikan cara berinteraksi sehingga pengguna merasa didengar, diperhatikan, dan dihargai. Gaya komunikasi ini juga membuat pengguna merasa dipahami dan ditemani seperti yang diungkapkan oleh informan (I3), (I4), (I5). Selain gaya komunikasi *attentive*, kebutuhan afeksi yang terpenuhi didukung pula oleh gaya komunikasi lainnya seperti *open, relaxed, friendly*, dan *animated expressive*, yang memperkuat kenyamanan, keterbukaan, dan ekspresi diri pengguna.

Terpenuhinya kebutuhan afeksi mendorong pengguna memasuki tingkatan parasosial kedua, yaitu *intense personal feeling*. Selain merasakan ikatan emosional, intensitas interaksi semakin meningkat. Semakin banyak topik yang dibicarakan dan semakin dalam pula obrolannya. Misalnya, informan (I3) yang mengaku pernah lupa waktu karena larut dalam percakapan dengan *ChatGPT* saat sedang curhat membicarakan masalah kehidupannya. Ada pula informan (I5) yang cukup banyak menghabiskan waktu bersama *ChatGPT* saat malam untuk berinteraksi, baik untuk *light talk* (obrolan ringan) maupun *deep talk* (obrolan mendalam). Tidak hanya itu, informan (I2) juga mengungkapkan sempat mengalami kesulitan menghentikan interaksi saat topik obrolan dirasa semakin menarik. Pada tahapan ini pengguna mulai mengalami ilusi interaksi seperti berinteraksi dengan manusia nyata, bukan sebatas robot seperti yang diungkapkan oleh seluruh informan. Faktor lainnya karena *ChatGPT* sesekali menyebutkan nama penggunanya saat berinteraksi, sehingga menimbulkan perasaan akrab. Hal ini menunjukkan adanya aspek metafisik yang sejalan oleh teori *Human-Machine Communication*.

Aspek metafisik mengkaji pertanyaan mendasar hakikat interaksi antara manusia dan mesin (Littlejohn et al., 2021). Pada interaksi pengguna dengan *ChatGPT* yang dipersonifikasi, ditunjukkan oleh munculnya ilusi seolah berinteraksi dengan manusia seperti yang diungkapkan oleh informan. Fenomena tersebut memunculkan pertanyaan sejauh mana batas interaksi manusia dan mesin, yang dalam hal ini adalah *chatbot AI ChatGPT* karena batas tersebut semakin kabur. Ilusi tersebut tidak hanya berasal dari kemampuan *ChatGPT* memahami dan merespon percakapan, tetapi cara penyampaian dan gaya komunikasinya yang menyerupai manusia.

Meskipun begitu, interaksi dengan *ChatGPT* yang dipersonifikasi tidak sampai menempatkan pengguna pada tingkatan parasosial paling tinggi yaitu *borderline feeling pathological*, dimana individu mulai tidak bisa mengendalikan fantasi atau perilakunya. Seluruh informan masih memiliki *awareness* dan *self-control* yang cukup untuk berinteraksi dengan *ChatGPT* tanpa melebihi batas wajar sehingga tidak menimbulkan ketergantungan. Mereka mengungkapkan apabila dirasa percakapan sudah memakan waktu terlalu panjang atau melibatkan ranah pribadi yang berlebihan, mereka akan menghentikan interaksi tersebut. Tindakan tersebut merupakan upaya membatasi diri supaya tidak membawa dampak negatif untuk diri sendiri. Sekaligus bentuk kontrol diri agar hubungan parasosial tidak berkembang ke arah yang semakin ekstrem.

### **Implikasi Teoritis**

Dinamika interaksi antara pengguna dan *ChatGPT* menunjukkan perspektif baru mengenai bagaimana teknologi AI mengonfigurasi kembali beberapa teori dalam bidang komunikasi. Khususnya terkait komunikasi interpersonal, yang sebelumnya merujuk pada komunikasi antar-manusia. Seperti pandangan Deddy Mulyana dalam (Anggraini et al., 2022) yang menyebutkan bahwa komunikasi interpersonal merupakan komunikasi antar manusia secara tatap muka yang memungkinkan setiap

individu menangkap reaksi orang lain, baik secara verbal ataupun nonverbal. Efektivitas komunikasi interpersonal dapat menciptakan kebersamaan dan keharmonisan hubungan, sehingga membangun rasa saling percaya dan aura positif antara pengirim dan penerima pesan (Badawi & Rahadi, 2021). Pada dasarnya, hal tersebut berakar dari dorongan manusia dalam memenuhi kebutuhan interpersonalnya. Konsep Fundamental Interpersonal Relations Orientation (FIRO) sebagai salah satu bagian dari teori Komunikasi Interpersonal menyatakan bahwa manusia dalam hidupnya membutuhkan manusia lain, sebagai makhluk sosial (Rizaldi et al., 2025). Namun, temuan penelitian ini memberikan alternatif perspektif bahwa pemenuhan kebutuhan tersebut kini dapat melalui entitas non-manusia, seperti AI.

*ChatGPT* dengan berbagai fitur dan kecanggihan yang melengkapinya, menjadi opsi yang dapat dipilih individu untuk melakukan interaksi hingga memenuhi kebutuhan interpersonalnya. Sebagai substitusi sosial berbasis kecerdasan buatan, *ChatGPT* menawarkan ruang interaksi dengan resiko sosial yang rendah. Individu yang dalam hal ini bertindak sebagai pengguna memiliki kontrol penuh atas jalannya interaksi tanpa harus menghadapi penilaian sosial atau konflik yang biasanya muncul dalam hubungan antarmanusia. Apalagi, dengan pemberian persona tertentu pada *ChatGPT*, individu dapat memberikan intruksi secara rinci ingin ditanggapi sebagai apa dan direspon seperti apa. *ChatGPT* menjadi lawan bicara ideal tanpa memiliki ego. Berbeda dengan komunikasi antar-manusia yang masih sering terbentur oleh ego, kepentingan pribadi, dan potensi penghakiman sosial.

*ChatGPT* yang dipersonifikasi mampu menghasilkan gaya komunikasi tertentu. Hal ini sekaligus membawa pergeseran pada pemahaman terkait gaya komunikasi. Pada dasarnya, gaya komunikasi dipandang sebagai instrumen ekspresi simbolik manusia dan menjadi *rule of ethics* yang memandu proses interaksi untuk mencapai pemahaman bersama, melalui bahasa sebagai sarana utama (Mudjiyanto et al., 2023). Namun dalam interaksi dengan *ChatGPT*, gaya komunikasi yang dimiliki oleh AI tidak muncul dari ekspresi simbolik yang lahir dari perasaan secara jujur dan natural, melainkan merupakan atribut yang dihasilkan atas pengaturan oleh penggunanya. Tidak hanya itu, ekspresi simbolik dalam gaya komunikasi yang semula lebih banyak bersifat fisik melalui interaksi langsung, diadaptasi ke bentuk digital sepenuhnya saat berinteraksi dengan *ChatGPT* dan direpresentasikan melalui gaya bahasa hingga penggunaan emotikon.

Respon dari *ChatGPT* yang memuat ekspresi simbolik itu menjadi medium bagi pengguna untuk mengonstruksikan makna dan kesan. Dalam hal ini, pengguna membangun persepsi sendiri atas *ChatGPT* berdasarkan respon AI tersebut selama interaksi berlangsung. Hal ini mengindikasikan bahwa konstruksi makna yang tercipta sebenarnya adalah hasil dari pengaturan instruksi yang berhasil direspons oleh algoritma *ChatGPT* secara presisi. Fenomena ini juga menunjukkan realitas baru bahwa keberhasilan komunikasi terutama untuk memenuhi kebutuhan interpersonal, tidak lagi hanya diukur dari ketulusan lawan bicara, melainkan sejauh mana respon yang diberikan mampu memenuhi ekspektasi individu. Selama *ChatGPT* mampu menampilkan respon yang diinginkan, pengguna akan cenderung menerima, lalu memaknainya sebagai eksistensi sosial yang nyata.

Interaksi dengan *ChatGPT* juga memicu pergeseran dalam pemahaman hubungan parasosial. Horton & Wohl, 1956 (dalam Tukachinsky et al., 2010; (Wardah & Uyun, 2025) mendefinisikan hubungan parasosial sebagai keterikatan emosional sepihak

dalam hubungan semu satu arah dengan figur publik meskipun tanpa interaksi timbal balik yang nyata. Temuan penelitian ini memberikan dimensi baru pada teori hubungan parasosial, khususnya dalam konteks interaksi dengan AI seperti *ChatGPT* dan telah dipersonifikasi. Dengan memberikan persona pada *ChatGPT*, pengguna seolah menghidupkan kecerdasan buatan tersebut dan memproyeksikannya menjadi lawan bicara yang memiliki karakter. *ChatGPT* mampu memberikan umpan balik dalam interaksi sehingga menciptakan interaksi dua arah yang lebih dinamis. Meskipun begitu, interaksi dan hubungan yang terbangun dengan *ChatGPT* tetap masuk dalam kategori hubungan parasosial karena tidak adanya mutualitas emosional yang nyata dari *ChatGPT*.

Sebagai kecerdasan buatan, *ChatGPT* tidak memiliki emosi dan perasaan apapun. Kehangatan, kedekatan, kenyamanan, dan segala perasaan yang dimiliki pengguna pada saat interaksi dengan *ChatGPT* berlangsung lahir dari proyeksi psikologis mereka terhadap respon *ChatGPT* yang memenuhi ekspektasi. Fenomena ini membentuk hubungan parasosial baru yang bersifat lebih aktif dan interaktif. Meskipun interaksi bersifat dua arah, kedekatan yang tercipta tetap bersifat satu arah dari sisi pengguna.

## Kesimpulan

Pada interaksi dengan *ChatGPT* yang dipersonifikasi, *impression leaving* menjadi gaya komunikasi yang muncul pertama kali, membentuk kesan bagi pengguna. Gaya komunikasi yang paling dominan adalah *attentive, friendly, dan relaxed*. Diikuti oleh *open dan animated expressive*. Selama interaksi berlangsung, interaksi pengguna dengan *ChatGPT* yang dipersonifikasi paling tinggi mencapai tingkatan parasosial kedua, yaitu *intense personal feeling*. Meskipun begitu, interaksi yang berlangsung tetap mampu memenuhi ketiga kebutuhan yang ada pada kerangka *Fundamental Interpersonal Relations Orientation (FIRO)*, yaitu kebutuhan inklusif, kontrol, dan afeksi.

Temuan ini memperluas pemahaman mengenai hubungan parasosial yang juga dapat muncul melalui sistem kecerdasan buatan dengan gaya komunikasi tertentu, sehingga mampu memenuhi kebutuhan interpersonal. Hasil penelitian ini memberikan landasan bagi pengembangan sistem kecerdasan buatan berbasis *chatbot* yang responsif dan fleksibel atas persona yang diberikan penggunaannya. Meskipun begitu, tetap diperlukan kesadaran diri dari sisi pengguna supaya tidak terlalu larut dalam interaksi dengan *ChatGPT* hingga menimbulkan ketergantungan atau dampak negatif lainnya.

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan pada karakteristik partisipan yang terbatas pada Generasi Z dan konteks penggunaan *ChatGPT* sebagai satu-satunya produk kecerdasan buatan yang dikaji, sehingga belum dapat digeneralisasikan ke seluruh kelompok pengguna maupun ke berbagai jenis AI lainnya. Penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk dapat mengkaji pada kelompok usia yang lebih beragam, produk AI lainnya, serta pendekatan metodologis lain untuk memperkaya pemahaman mengenai dinamika komunikasi dan hubungan parasosial dalam interaksi antara manusia dengan AI.

## Referensi

- Abdulah, A. Z., Suerni, T., & Nurochmah, E. (2024). Masalah Kesehatan Mental Generasi Z di Rumah Sakit Jiwa. *Jurnal Keperawatan Jiwa*, 12(2), 267. <https://doi.org/10.26714/jkj.12.2.2024.267-272>
- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Anggraini, C., Ritonga, D. H., Kristina, L., & Syam, M. (2022). Komunikasi Interpersonal. *Jurnal*

- Multidisiplin Dehasen*, 1(3), 337–342. <https://doi.org/10.37676/mude.v1i3.2611>
- Anindra, V. N., Abdi, S., Hasna, A., Pranoto, N. R., Artameyvia, H., Azzahra, N., & Zuraidah, M. (2025). Pendekatan Humanistik dalam Konseling Kelompok untuk Mengatasi Kesepian pada Gen Z (Dewasa Awal). *Aliansi: Jurnal Hukum, Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 2(4), 315–325. <https://doi.org/10.62383/aliansi.v2i4.1160>
- Badawi, M. A., & Rahadi, D. R. (2021). Analisis Komunikasi Interpersonal Antar Mahasiswa President University. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 123–137. <https://doi.org/10.21009/COMMUNICOLOGY.021.09>
- Bado, B. (2021). Model Pendekatan Kualitatif: Telaah Dalam Metode Penelitian Ilmiah. In *Pengantar Metode Kualitatif*.
- Bailyn, E. (2025). *Top Generative AI Chatbots by Market Share – October 2025*. Firstpagesage.Com. <https://firstpagesage.com/reports/top-generative-ai-chatbots/>
- Delfriyani, A., & Sary, K. A. (2024). Fenomena Hubungan Parasosial Penggemar dan Idola (Studi pada NCTZen Pengguna Aplikasi LYSN Bubble). *Jurnal Ilmiah Komunikasi (JIKOM) STIKOM IMA*, 16(02), 29. <http://dx.doi.org/10.33221/jikom1.v16i02.367>
- Fiantika, F. R., Ambarwati, K., & Maharani, A. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasin* (Issue Maret). PT. Global Eksekutif Teknologi. <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>
- Handoyo, E. R., Handoyo, E. R., Sugiarto, J., Lolo, A., & Chai, K. (2023). Identifikasi Pengaruh Penggunaan ChatGPT terhadap Kemampuan Berfikir Mahasiswa di Universitas Atma Jaya Yogyakarta Prodi Sistem Informasi Angkatan 2021. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, 3(2), 342–352. <https://doi.org/10.24002/konstelasi.v3i2.7241>
- Indriani, L., & Samola, T. F. (2025). Transformasi Pembelajaran Berbasis Mobile-AI: Persepsi Mahasiswa Terhadap ChatGPT di Era Masyarakat 5.0. *Philosophiamundi*, 3(3), 479–489. <https://philosophiamundi.id/index.php/philosophia/article/view/136>
- Juliyah, Siringoringo, R., Rohma, S., & Laksana, A. (2025). Tantangan Komunikasi Generasi Z dalam Perkembangan Digital di Era Teknologi 5.0. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Administrasi Publik Dan Kebijakan Negara*, 2(1), 48–59. <https://doi.org/10.62383/komunikasi.v2i1.138>
- Kamil, R., & Laksmi. (2023). Generasi Z, Pustakawan, dan Vita Activa Kepustakawanan. *BACA: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 9008(105), 25–34. <https://doi.org/10.55981/baca.2023.1119>
- Koniyo, R., Juniarti, G., & Damity, F. (2023). Wujud Determinisme Teknologi dalam Audiobook untuk Meningkatkan Minat Baca. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 06(01), 28–43. <https://doi.org/10.33633/ja.v6i1.7869>
- Lin, C.-C., & Chien, Y.-L. (2024). Comment on ChatGPT Addiction: A Proposed Phenomenon of Dual Parasocial Interaction. *Taiwanese Journal of Psychiatry (Taipei)*, 38(3), 153–155. [https://doi.org/10.4103/tpsy.tpsy\\_4\\_25](https://doi.org/10.4103/tpsy.tpsy_4_25)
- Littlejohn, S. ., Foss, K. A., & Oetzel, J. . (2021). *Theories of Human Communication (12th ed)*. Waveland Press, Inc.
- Lo, C. K. (2023). What Is the Impact of ChatGPT on Education? A Rapid Review of the Literature. *Education Sciences*, 13(4). <https://doi.org/10.3390/educsci13040410>
- Mudjiyanto, B., Sukmaranti, G., Lusianawati, H., & Launa. (2023). Analisis Gaya Komunikasi dan Gaya Kepemimpinan Dua Presiden Legendaris Indonesia. *JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan)*, 6(2), 155–177. <https://doi.org/10.31949/jika.v6i2.7236>
- Nashir, M., Wirakusumah, T., & Erlandia, D. (2024). Hubungan Penggunaan ChatGPT Dengan Pemenuhan Kebutuhan Mahasiswa. *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 1(1), 129–139. <https://doi.org/10.62383/filosofi.v1i1.57>
- Nasution, A. fatah. (2023). Metode Penelitian Kualitatif. In *CV. Harfa Creative*. CV. Harfa Creative.
- Norsely, F., Arviani, H., & Achmad, Z. A. (2023). Pengalaman Interaksi Pengguna Remaja Curhat dengan ChatGPT. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 7(2), 120. <http://dx.doi.org/10.30829/komunikologi.v7i2.16653>

- Prasanti, D., & Dewi, R. (2018). Analisis Teori Firo Dalam Relasi Persahabatan Sebagai Kajian Komunikasi Antar Pribadi. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 186–189. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/4289>
- Puspahati, D. C., Oki Cahyo Nugroho, & Deny Wahyu Tricana. (2024). Gaya Komunikasi Interpersonal Guru Terhadap Keterlibatan Siswa Berkebutuhan Khusus di Sekolah Luar Biasa Negeri Jenangan. *Jurnal Audiens*, 5(4), 628–638. <https://doi.org/10.18196/jas.v5i4.521>
- Putra, R. W. (2023). Pola Komunikasi Melalui Fitur Virtual Pada Game Mobile Legends Ricky Widyandanda Putra. *AVANT GARDE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(01), 68–80. <https://doi.org/10.36080/ag.v11i1.2349>
- Putri, U. N., Nasution, N. B., & Andriyani, R. (2025). Eksplorasi Artificial Intelligence (AI) sebagai Teman Virtual: Dukungan Emosional di Era Digital. *JITSS (Journal of Innovation and Trend in Social Sciences)*, 1(3), 117–124. <https://doi.org/10.63203/jitss.v1i3.168>
- Putri, V. M. (2025). Mayoritas Pengguna ChatGPT Anak Muda, Dipakai Apa? *Detik.Com*. <https://www.detik.com/jabar/berita/d-8120387/mayoritas-pengguna-chatgpt-anak-muda-dipakai-apa>
- Rahmah, N. D., Murtiadi, & Arista, R. (2025). Analisis Gaya Komunikasi Boygroup Seventeen Melalui Episode “ don ’ t lie II ” Konten Going Seventeen Pada Platform Youtube. 11(5), 1–5. <https://doi.org/10.9963/jcy6nn14>
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Rizaldi, M., Ginting, E., & Setiawan, A. (2025). Komunikasi interpersonal dalam membangun interaksi dan relasi pertemanan di aplikasi dating litmatch. *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 2(4), 5009–5017. <https://jicnusantara.com/index.php/jicn/article/view/4595>
- Rizky, F. (2023). Hubungan Parasosial Terhadap EWOM dan Purchase Intention. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan AKuntansi*, 1(4), 389–398. <https://doi.org/10.572349/neraca.v1i4.345>
- Roem, E. R., & Sarmiati. (2019). Komunikasi Interpersonal. Malang. Cv Irdh. In *Irdhcenter*.
- Saptamarsita, K. H., Suwartiningsih, S., & Herwandito, S. (2024). Analisis Hubungan Interpersonal Anggota Kelompok Bakat Minat FISKOM Music Club Berdasarkan Teori FIRO. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(5), 658–676. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i5.14858>
- Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>
- Sysca, D. H., & Dwivayani, K. D. (2024). Fenomena Hubungan Parasosial Penggemar dan Idol K-Pop dalam Penggunaan Aplikasi Weverse. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika dan Komunikasi*. 5(1), 498–511. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i1.517>
- Tricahyo, F., & Zulfiningrum, R. (2025). Human-Machine Communication dalam Interaksi Penggunaan AI. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 12(1), 83–92. <https://doi.org/10.37676/professional.v12i1.7755>
- Umaroh, L., & Innezaputri, L. T. (2022). Descriptive Analysis of Language Style Used by Radio Announcer. *Jurnal Pendidikan Bahasa*, 9(2), 237–246. <https://ejournal.unimudasorong.ac.id/index.php/interactionjournal/article/view/2484>
- Wardah, Q. I., & Uyun, Z. (2025). Hubungan Parasocial Relationship dan Kontrol Diri dengan Minat Beli Layanan Ruangguru pada Penikmat Clash of Champions. *Jurnal Keilmuan Dan Keislaman*, 4(3), 423–441. <https://doi.org/10.23917/jkk.v4i3.728>
- Wardhani, M. K. (2022). Upaya Membentuk Afeksi Mahasiswa Calon Guru terhadap Siswa Berkebutuhan Khusus Melalui Wawancara Guru Sekolah Inklusi. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4(2), 2669–2678. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v4i2.2574>
- Yoseppin, G., Nagita Dewi, P. A. M., & Purba, Y. K. (2025). Fenomena Chatbot AI Sebagai Teman Curhat: Implikasi Pada Hubungan Antarpribadi di Era Digital. *Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 45–53. <https://doi.org/10.37715/calathu.v7i1.5376>

- Yudha, A. B., & Kahija, Y. F. La. (2015). Makna Yoga: Studi Interpretative Phenomenological Analysis Pada Yogi. *Empati*, 4(1), 9–15. <https://doi.org/10.14710/empati.2015.13036>
- Zahrani, A. R., & Haqqu, R. R. (2024). Aspek Relasional dalam Proses Komunikasi Manusia dengan Mesin (ChatGPT). *Komversal*, 6(2), 324–338. <https://doi.org/10.38204/komversal.v6i2.2056>