



Fenomena *Self-Disclosure* Generasi Z kepada ChatGPT: Studi Kualitatif dalam Perspektif *Human-Machine Communication*

Alifia Nur Fadillah¹⁾, Isna Siskawati²⁾

¹⁾UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

²⁾UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Email:

alifia.nurfadillah22@mhs.uinjkt.ac.id

Keywords

ChatGPT, Gen Z, Human-Machine Communication, Self-Disclosure, X.

ABSTRACT

The development of artificial intelligence based on language models presents a new form in communication practices. A phenomenon emerged on the X account @tanyakanrl, namely that Generation Z uses ChatGPT as a self-disclosure space to share personal problems. This study aims to explain this phenomenon from the perspective of Human-Machine Communication (HMC), as well as aspects that are not obtained when sharing. The study used a qualitative approach with the cyberphenomenology method, through in-depth interviews with six Generation Z informants who use ChatGPT as a space to share their feelings. The results showed that in the functional dimension, Subjects 5 and 6 perceived ChatGPT as a recipient of stories; Subjects 1, 4 and 5 as a provider of validation; while all subjects considered it an additional perspective in dealing with problems. In the relational dimension, Subjects 4 and 5 built emotional closeness (listener/friend); Subjects 1, 3, and 6 considered it an option to unravel thoughts; while Subject 2 firmly considered AI merely an assistive tool. In the metaphysical dimension, Subjects 4 and 6 did not interpret the interaction as communication, while Subjects 1, 2, 3, and 5 interpreted it as communication and self-reflection. However, the informants' shared similarity was ChatGPT's limitations in providing authentic empathy, emotional warmth, and physical presence. From an Islamic perspective, ideal communication involves more than just exchanging messages, but also building relationships that embody the values of *sakinah* (love), *mawaddah* (love), and *rahmah* (mercy).

Kata Kunci

ChatGPT, Gen Z, Human-Machine Communication, Self-Disclosure, X.

ABSTRAK

Perkembangan kecerdasan buatan berbasis model bahasa menghadirkan bentuk baru dalam praktik komunikasi. Sebuah fenomena muncul pada akun X @tanyakanrl yakni Generasi Z menggunakan ChatGPT sebagai ruang *self-disclosure* dalam mencurahkan masalah pribadi. Penelitian ini bertujuan menjelaskan fenomena tersebut dalam perspektif *Human-Machine Communication* (HMC), serta aspek yang tidak didapat saat curhat.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *cyberphenomenology*, melalui wawancara mendalam terhadap enam informan Generasi Z yang menjadikan ChatGPT sebagai ruang curhat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada dimensi fungsional, Subjek 5 dan 6 mempersepsikan ChatGPT sebagai penerima cerita; Subjek 1, 4 dan 5 sebagai pemberi validasi; sementara seluruh subjek menjadikannya perspektif tambahan dalam menghadapi masalah. Pada dimensi relasional, Subjek 4 dan 5 membangun kedekatan emosional (pendengar/teman); Subjek 1, 3, dan 6 menjadikannya opsi untuk mengurai pikiran; sementara Subjek 2 secara tegas menganggap AI sekadar alat bantu. Pada dimensi metafisik, Subjek 4 dan 6 tidak memaknai interaksi tersebut sebagai komunikasi, sedangkan Subjek 1, 2, 3, dan 5 memaknainya sebagai komunikasi maupun refleksi diri. Namun, kesamaan yang informan rasakan adalah keterbatasan ChatGPT dalam menghadirkan empati autentik, kehangatan emosional, dan kehadiran fisik. Dalam perspektif Islam, komunikasi yang ideal tidak hanya berupa pertukaran pesan, tetapi juga membangun hubungan yang mengandung nilai *sakinah, mawaddah, dan rahmah*.

Pendahuluan

Teknologi komunikasi terus mengalami perkembangan yang pesat dari waktu ke waktu, membawa perubahan signifikan dalam cara manusia berinteraksi satu sama lain. Salah satu tonggak penting dalam perkembangan ini adalah munculnya konsep *Computer-Mediated Communication* (CMC) atau komunikasi bermedia komputer. CMC didefinisikan sebagai metode untuk membuat, bertukar, dan memahami informasi melalui jaringan telekomunikasi (Kumar dkk., 2017).

Kemunculan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) sejak pertengahan 2010-an membawa komunikasi digital memasuki era baru, yakni *Human-Machine Communication* (HMC) yang mengkaji tentang penciptaan makna komunikasi antara manusia-AI (Guzman & Lewis, 2019). AI dirancang dengan tujuan untuk menciptakan kembali aspek-aspek kecerdasan manusia ke dalam mesin, termasuk kemampuan untuk memecahkan masalah, belajar, dan berkomunikasi. Seiring perkembangannya, AI berubah fokus dari sekadar alat komputasi menjadi teknologi yang mampu terlibat dalam komunikasi yang kompleks dengan manusia (Guzman & Lewis, 2019).

Generasi Z, yakni individu yang lahir di tahun 1997-2012, tumbuh di tengah perkembangan CMC yang sangat pesat tersebut. Mereka dikenal sebagai *digital natives* karena sejak kecil terbiasa dengan internet, media sosial, dan perangkat digital (Mutiarrahma dkk., 2024). Studi menunjukkan bahwa Gen Z cenderung pasif dalam komunikasi tatap muka namun sangat aktif dan ekspresif di platform digital karena memungkinkan kontrol yang lebih besar atas pesan yang disampaikan (Luthfiah dkk., 2024).

Muncul fenomena menarik di kalangan Generasi Z, yakni menjadikan AI ChatGPT sebagai tempat untuk mencurahkan masalah pribadi. Berdasarkan data Similarweb, ChatGPT sendiri menjadi platform AI yang paling sering dikunjungi dengan total 5,846 miliar kunjungan pada bulan Agustus 2025 (Barenholtz, 2025). Perusahaan ChatGPT, OpenAI, pada Oktober 2025 merilis studi yang menunjukkan bahwa pengguna mingguan ChatGPT mencapai lebih dari 700 juta, dengan pengguna berusia di bawah 26 tahun tercatat sebagai kelompok yang paling banyak mengirim pesan (Chatterji dkk., 2025). Selain itu, meskipun penggunaan ChatGPT masih didominasi untuk membantu pekerjaan, "pengungkapan diri" tercatat sebagai salah satu topik pesan yang dikirim oleh pengguna, dengan total 5,3% dari keseluruhan pesan (Chatterji dkk., 2025).

Fenomena ini juga terlihat pada akun X (sebelumnya Twitter) @tanyakanrl, sebuah akun *base* otomatis (*autobase*) yang memungkinkan penggunanya mengirimkan pesan secara anonim melalui *menfess* (*mention confess*) untuk membahas berbagai topik, mulai dari kehidupan sehari-hari hingga isu-isu terkini. Pada salah satu *menfess* yang membicarakan pengalaman curhat ke ChatGPT, sejumlah Generasi Z berkomentar dengan mengungkapkan bagaimana mereka juga memanfaatkan ChatGPT sebagai tempat mencurahkan masalah pribadi.



Gambar 1. Menfess mengenai curhat ke ChatGPT

Generasi Z merasa lebih aman untuk mengungkapkan terkait perasaan mereka kepada AI seperti ChatGPT karena adanya keinginan untuk menghindari risiko penolakan, dihakimi, atau tekanan sosial yang sering muncul dalam interaksi sosial (Norsely dkk., 2023). Padahal, curhat sebagai bagian dari komunikasi interpersonal idealnya haruslah terjalin dalam hubungan yang terikat dengan peran masing-masing individu, dan terdapat timbal balik (*feedback*), juga terjadi secara langsung antarindividu (Liliweri, 2017).

Kondisi ini menyimpan risiko berkurangnya keterlibatan sosial dan hilangnya esensi komunikasi interpersonal yang idealnya membangun hubungan dinamis di masyarakat. Dari

perspektif komunikasi Islam, pergeseran ini berpotensi mengikis prinsip *ta'aruf* (saling mengenal) dan nilai-nilai *ukhuwah* (persaudaraan), karena teknologi tidak memiliki kapasitas untuk mewujudkan empati tulus serta nilai *sakinah* (ketenangan), *mawaddah* (cintah), dan *rahmah* (kasih sayang) yang lahir dari interaksi nyata antar-makhluk hidup (Mustofa dkk., 2025).

Untuk memahami fenomena ini secara lebih dalam, penelitian ini menggunakan teori perspektif *Human-Machine Communication* (HMC). Berbeda dengan paradigma komunikasi tradisional yang menempatkan teknologi sebagai medium atau alat komunikasi, HMC memandang teknologi sebagai subjek komunikatif. Dalam kerangka ini, mesin tidak hanya berperan memediasi pesan antarmanusia, tetapi juga secara langsung terlibat dalam interaksi dan proses komunikasi. Oleh karena itu, fokus utama HMC terletak pada bagaimana manusia memaknai, merespons, dan membangun relasi komunikatif dengan teknologi seperti *chatbot*, robot sosial, dan sistem kecerdasan buatan (Guzman & Lewis, 2019).

Pendekatan HMC berkembang dari persinggungan antara kajian *Human-Computer Interaction* (HCI), *Human-Agent Interaction* (HAI), dan *Human-Robot Interaction* (HRI). Namun, HMC tidak mencakup seluruh aspek interaksi manusia dan teknologi, melainkan secara khusus menitikberatkan pada aspek komunikasi. HMC digunakan untuk mengkaji bagaimana teknologi dirancang, dipersepsi, dan berfungsi dalam peran komunikator di dalam konteks sosial (Guzman & Lewis, 2019).

Perkembangan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) sebagai komunikator didukung oleh kemajuan dalam bidang *Natural Language Processing* (NLP) dan *Natural Language Generation* (NLG). NLP memungkinkan mesin untuk memproses dan memahami pesan dalam bahasa manusia, sedangkan NLG memungkinkan mesin menghasilkan pesan dalam bahasa alami yang dapat dipahami oleh manusia. Melalui kemampuan tersebut, Guzman dan Lewis menekankan bahwa AI tidak hanya memfasilitasi komunikasi, tetapi juga menjalankan dan mengotomatisasi proses komunikasi secara langsung, termasuk proses sosial yang bergantung pada pertukaran pesan (Guzman & Lewis, 2019).

Pendekatan HMC menelaah AI sebagai komunikator dari aspek fungsional, relasional, dan metafisik. Aspek-aspek tersebut mencakup fungsi AI dalam proses komunikasi, posisinya dalam relasi sosial manusia, serta implikasinya terhadap pemahaman tentang hakikat manusia dan komunikasi.

Pertama, Dimensi Fungsional (*The Functional Aspects of AI as Communicator*).Aspek fungsional AI sebagai komunikator membahas bagaimana AI bekerja dan digunakan dalam proses

komunikasi. Dalam aspek ini, AI dipahami sebagai pihak yang dapat menerima pesan dari manusia, mengolahnya, lalu memberikan respons, sehingga berfungsi sebagai komunikator. Fokus utamanya bukan pada kemampuan emosional AI, melainkan pada peran dan fungsi komunikasi yang dijalankan AI dalam interaksi sehari-hari (Guzman & Lewis, 2019).

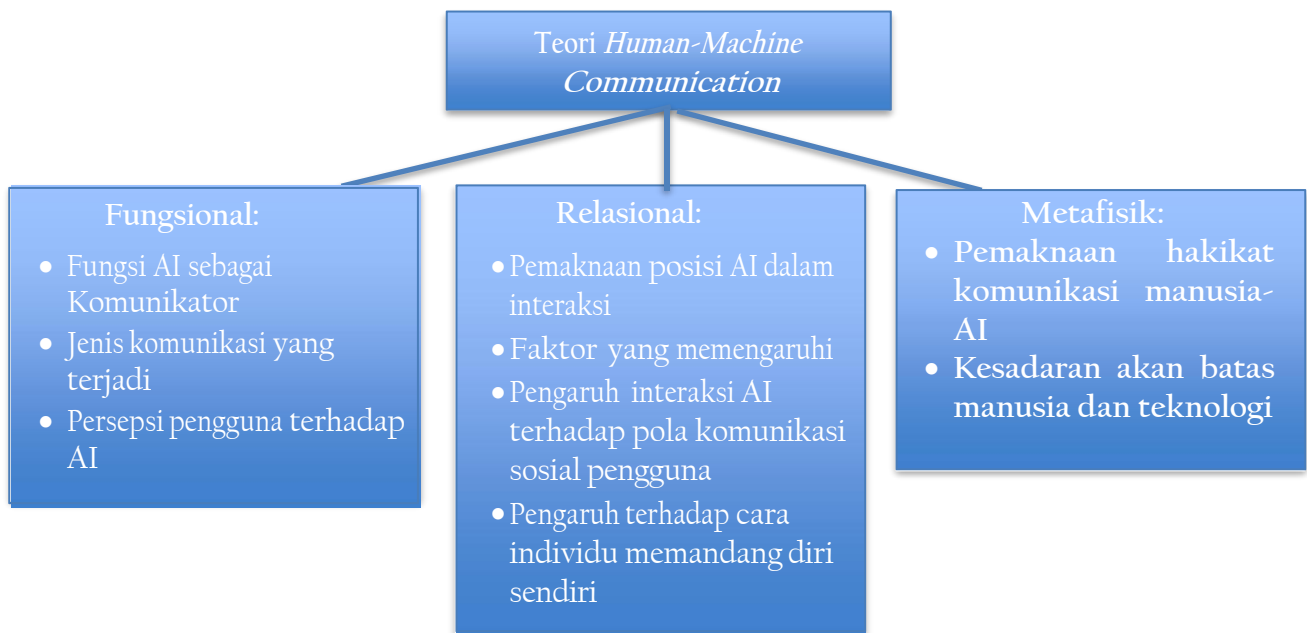
Aspek ini juga melihat jenis komunikasi yang terjadi dalam interaksi manusia dan AI, misalnya apakah interaksi tersebut lebih mendekati komunikasi interpersonal atau komunikasi massa. Selain itu, aspek fungsional memperhatikan cara pengguna memandang AI sebagai lawan bicara. Persepsi ini dipengaruhi oleh desain AI, seperti penggunaan bahasa yang alami, gaya respons, atau fitur tertentu yang membuat AI terasa berbicara seperti manusia. Dengan demikian, aspek fungsional menekankan pada apa yang dilakukan AI dalam komunikasi dan bagaimana fungsi tersebut dipahami oleh penggunanya (Guzman & Lewis, 2019).

Kedua, Dimensi Relasional (The Relational Aspects of AI as Communicator). Aspek relasional AI sebagai komunikator membahas bagaimana hubungan antara manusia dan AI terbentuk melalui komunikasi. Aspek ini berfokus pada bagaimana manusia memahami hubungan antara AI dengan diri mereka sendiri, serta bagaimana identitas diri dibentuk melalui interaksi dengan teknologi tersebut. AI sering kali dipahami melalui peran yang menyerupai peran manusia, seperti asisten, pendengar, atau pemberi saran. Peran ini membantu pengguna menentukan cara berinteraksi dengan AI. Gaya bahasa, suara, atau identitas yang ditampilkan AI turut memengaruhi bagaimana pengguna memosisikan AI dalam interaksi, apakah sebagai alat, lawan bicara, atau sesuatu di antara keduanya (Guzman & Lewis, 2019).

Menurut Guzman, penelitian relasional membahas bagaimana individu menafsirkan posisi sosial teknologi, faktor yang memengaruhi penafsiran tersebut, serta bagaimana penafsiran itu membentuk pola interaksi. Selain itu, relasi manusia-AI juga merupakan ruang penting untuk mengkaji dinamika kekuasaan antara manusia dan teknologi. Aspek ini juga mencakup dampak interaksi dengan AI terhadap cara manusia memandang dirinya sendiri dan lingkungan sosialnya. Selain itu, aspek ini menyoroti adanya kemungkinan ketimpangan atau bias yang terbawa dalam desain dan penggunaan AI (Guzman & Lewis, 2019).

Ketiga, Dimensi Metafisik (The Metaphysical Aspects of AI as Communicator). Aspek metafisik AI sebagai komunikator membahas pertanyaan mendasar mengenai batas antara manusia dan teknologi dalam proses komunikasi. Dalam kajian ini, komunikasi tidak lagi dipahami secara eksklusif sebagai aktivitas manusia, karena AI telah dirancang untuk menjalankan fungsi-fungsi komunikasi yang sebelumnya hanya dilakukan oleh manusia (Guzman & Lewis, 2019).

Selain itu, aspek metafisik juga dikaitkan dengan implikasi etis dan normatif dari penggunaan AI sebagai komunikator. Isu-isu seperti kejelasan identitas AI, tanggung jawab dalam komunikasi, serta dampaknya terhadap nilai-nilai kemanusiaan perlu dipertimbangkan kembali. Dengan demikian, aspek metafisik membantu menjelaskan bagaimana makna komunikasi dan peran manusia dalam komunikasi sedang mengalami pergeseran seiring dengan berkembangnya teknologi AI (Guzman & Lewis, 2019).



Gambar 2. Struktur Teori HMC

Penelitian ini menggunakan perspektif *Human-Machine Communication* (HMC) karena curhat ke AI mengindikasikan adanya perubahan dalam melihat teknologi dari sekadar saluran (*channel*) yang memediasi komunikasi antarmanusia, menjadi entitas yang turut serta sebagai komunikator. Hal ini relevan, sebab Gen Z tidak lagi sekadar memanfaatkan ChatGPT untuk membantu pekerjaan, melainkan menjadikan ChatGPT sebagai lawan komunikasi untuk mencurahkan masalah pribadi.

Perspektif HMC dipilih karena menawarkan kerangka analisis yang secara khusus dirancang untuk mengkaji penciptaan makna dalam interaksi manusia dan mesin, melalui tiga aspek yakni fungsional, relasional, dan metafisik. Ketiga aspek ini memungkinkan peneliti mengurai persoalan dari berbagai sisi, yakni bagaimana ChatGPT berfungsi dan dipahami perannya sebagai komunikator (aspek fungsional), bagaimana Gen Z memosisikan ChatGPT dalam relasi mereka serta dampaknya terhadap diri dan lingkungan sosial (aspek relasional), dan bagaimana batas antara manusia dan teknologi dimaknai ulang ketika ChatGPT turut aktif dalam pertukaran pesan (aspek metafisik) (Guzman & Lewis, 2019).

Beberapa penelitian terdahulu telah mengeksplorasi hubungan manusia dengan AI. Guzman dan Lewis memperkenalkan kerangka Human-Machine Communication (HMC) yang meninjau AI dari aspek fungsional, relasional, dan metafisik (Guzman & Lewis, 2019). Selanjutnya, penelitian Financy dan Irwansyah (2025) mengkaji proses komunikasi mahasiswa dengan ChatGPT dalam konteks pendidikan, dengan temuan pada aspek peran sosial, makna, dan implikasi budaya, namun belum membahas praktik curhat sebagai bentuk komunikasi personal (Financy & Irwansyah, 2025). Sementara itu, Riyadi, Rahayu, dan Cangara (2024) menunjukkan bahwa AI berperan dalam mentransformasi komunikasi interpersonal melalui peningkatan kecepatan dan personalisasi, meskipun memunculkan isu etis seperti privasi dan ketergantungan teknologi (Riyadi dkk., 2024). Berangkat dari celah tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengkaji praktik *self-disclosure* Generasi Z kepada ChatGPT serta mengintegrasikannya dengan perspektif HMC dan komunikasi Islam. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana Generasi Z memaknai interaksi tersebut serta mengidentifikasi aspek kemanusiaan yang tetap tidak tergantikan oleh algoritma.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *cyberphenomenology* guna menafsirkan narasi serta pengalaman hidup partisipan secara mendalam yang berlangsung dalam dunia daring (Bungin, 2023). Fokus kajian diarahkan pada fenomena pengungkapan diri (*self-disclosure*) Generasi Z terhadap ChatGPT dalam rentang waktu Agustus 2025 hingga Januari 2026. Subjek ditentukan secara bertujuan (*purposive sampling*) dengan karakteristik informan mencakup individu Generasi Z (kelahiran 1997–2012) yang mencurahkan masalah pribadinya kepada ChatGPT, serta pernah membagikan tangkapan layar percakapan atau menceritakan pengalamannya pada kolom komentar akun X @tanyakanrl. Mengacu pada pendapat Creswell mengenai ketercukupan data untuk mengeksplorasi pengalaman subjektif secara komprehensif dalam studi fenomenologi, jumlah subjek berada pada rentang 3 hingga 10 informan (Creswell & Creswell, 2025).

Pendekatan kepada informan dilakukan secara daring dengan mengirimkan pesan via *Direct Message* (DM) di platform X. Akun-akun ini sebelumnya telah dikelompokkan melalui observasi pada kolom balasan akun @tanyakanrl. Kemudian dipilih enam informan Generasi Z, yaitu Yuzu (1998), Dania (1997), RNS (2001), Adel (2004), Jipa (2004), dan Sera (2004). Data penelitian dikumpulkan dengan menggabungkan hasil observasi daring, serta

wawancara semi-terstruktur melalui *Zoom Meeting*. Data temuan kemudian dianalisis melalui empat tahapan, mulai dari memilah pernyataan penting (*statements*), merumuskan kategori makna (*meaning*), menyusun tema utama (*meaning themes*), hingga merangkai esensi pengalaman informan secara tekstual dan struktural (Fathurokhmah, 2024).

Hasil dan Pembahasan

Sebelum membahas temuan penelitian berdasarkan tiga dimensi *Human-Machine Communication*, terlebih dahulu dipaparkan gambaran keterlibatan keenam informan dengan ChatGPT, mencakup sejak kapan dan sejauh mana intensitas mereka menjadikan ChatGPT sebagai tempat mencurahkan masalah pribadi.

Dari segi durasi, keterlibatan informan dengan ChatGPT sebagai tempat curhat bervariasi. RNS (Subjek 1) tergolong informan dengan durasi keterlibatan paling lama, yakni sejak pertengahan tahun 2024. Dania (Subjek 2) telah menjadikan ChatGPT sebagai tempat curhat sejak awal tahun 2025. Jipa (Subjek 3) mulai curhat sejak pertengahan tahun 2025 melalui fitur ChatGPT yang saat itu terintegrasi di WhatsApp, kini beralih ke website. Sementara itu, Adel (Subjek 4) menjadi informan dengan durasi keterlibatan paling baru, yakni sejak akhir tahun 2025. Yuzu (Subjek 5) dan Sera (Subjek 6) tidak menyebutkan secara spesifik waktu pertama kali curhat ke ChatGPT, tetapi menjadikannya salah satu pilihan ketika menghadapi persoalan tertentu.

Dari segi intensitas, Subjek 1, 3, dan 5 tergolong sebagai pengguna yang cukup intens dengan frekuensi curhat yang berlangsung rutin dan mencakup berbagai topik kehidupan sehari-hari. Subjek 1 menyatakan dirinya mengatur ruang obrolan terpisah untuk setiap topik permasalahan agar respons yang diperoleh tetap relevan. Subjek 2 dan 4 menggunakan ChatGPT lebih situasional saat menghadapi persoalan yang dirasa cukup berat atau tidak nyaman dibagikan kepada orang lain. Subjek 6 menjadi informan dengan intensitas penggunaan paling rendah, karena penggunaan ChatGPT lebih banyak berkaitan dengan pekerjaan dibandingkan persoalan emosional.

Dengan ini, hubungan masing-masing informan dengan ChatGPT beragam, dipengaruhi oleh kebutuhan, kebiasaan, dan konteks personal yang berbeda-beda, sehingga menjadi dasar penting untuk memahami temuan penelitian pada dimensi fungsional, relasional, dan metafisik yang dibahas selanjutnya.

1. Hasil

Dimensi Fungsional

Dimensi fungsional membahas peran AI sebagai komunikator serta bagaimana fungsi tersebut dimaknai oleh pengguna dalam proses komunikasi. Dalam konteks mencurahkan masalah pribadi, ChatGPT tidak hanya berperan sebagai medium, tetapi dipersepsikan sebagai pihak yang menjalankan fungsi komunikatif, yakni menerima pesan, memberikan respons, serta memfasilitasi proses pemaknaan terhadap pengalaman emosional pengguna.

Berdasarkan hasil wawancara, alasan informan menggunakan ChatGPT berkaitan dengan keterbatasan komunikasi dalam hubungan sosial, seperti rasa tidak nyaman bercerita kepada orang lain, kekhawatiran cerita tersebar, serta kebutuhan akan respons yang cepat dan terarah. Subjek 5 menyatakan bahwa ia memilih ChatGPT karena: “Nggak bisa ceritain ke mana-mana... hanya untuk membuat perasaan lebih lega saja” (Yuzu, wawancara pribadi, 2026). Hal ini menunjukkan bahwa ChatGPT menjalankan fungsi sebagai penerima cerita (*listener*) dalam komunikasi. Senada dengan itu, Subjek 6 juga menganggap ChatGPT sebagai: “Teman cerita” (Sera, wawancara pribadi, 2026).

Selain itu, ChatGPT juga berfungsi memvalidasi secara emosional. Sebagian besar informan mengharapkan untuk didengarkan dan dipahami, bukan hanya diberikan solusi. Subjek 5 mengungkapkan keinginannya untuk: “Lebih didengerin... lebih memvalidasi” (Yuzu, wawancara pribadi, 2026), sementara Subjek 4 menekankan pentingnya respons yang: “Support... gak menyalahkan diri sendiri” (Adel, wawancara pribadi, 2026). Subjek 1 menilai bahwa: “ChatGPT itu kan responsif dan bisa nangkap inti masalah cerita kita gitu, benar-benar tervalidasi sih” (RNS, wawancara pribadi, 2026). Fungsi ini menunjukkan bahwa ChatGPT dipersepsikan sebagai komunikator yang mampu merespons secara empatik terhadap pesan pengguna.

Dalam hal pemrosesan pesan, sebagian informan menilai ChatGPT mampu memahami konteks dan memberikan respons yang relevan. Subjek 5 menyatakan bahwa ChatGPT: “Paham... dan memvalidasi perasaan” (Yuzu, wawancara pribadi, 2026), sedangkan Subjek 4 menilai interaksi terasa lebih komunikatif karena adanya pertanyaan lanjutan dan pilihan arah pembahasan (Adel, wawancara pribadi, 2026). Namun, terdapat juga informan yang menilai bahwa fungsi pemahaman tersebut bersifat kondisional dan bergantung pada kejelasan penyampaian pesan. Subjek 2 menyatakan perubahan struktur kalimat dapat menghasilkan respons yang berbeda (Dania, wawancara pribadi, 2026), sementara Subjek 3 mengaku perlu menjelaskan ulang ketika respons tidak sesuai (Jipa, wawancara pribadi, 2026).

Selain sebagai penerima dan validator, ChatGPT juga menjalankan fungsi sebagai pemberi perspektif. Meskipun demikian, dalam konteks pengambilan keputusan, perspektif tersebut tidak bersifat penentu. Informan umumnya hanya menjadikan respons sebagai bahan pertimbangan, dengan keputusan akhir tetap berada pada diri sendiri. Salah satunya menyatakan bahwa ia menggunakan ChatGPT: “Bukan untuk mengambil keputusan, tapi untuk mengeluarkan emosi saja” (Jipa, wawancara pribadi, 2026).

Secara keseluruhan, ChatGPT dipersepsikan sebagai komunikator fungsional yang menjalankan peran menerima pesan, memvalidasi emosi, dan memberikan perspektif dalam proses mencurahkan masalah pribadi. Namun, fungsi tersebut bersifat terbatas dan bergantung pada input pengguna.

Dimensi Relasional

Dimensi relasional dalam *Human–Machine Communication* (HMC) membahas bagaimana pengguna menafsirkan posisi sosial AI serta bagaimana penafsiran tersebut membentuk pola interaksi dan pengalaman komunikasi. Berdasarkan hasil wawancara, informan memaknai ChatGPT secara beragam, mulai dari teman, pendengar, hingga alat bantu. Subjek 5, memosisikan ChatGPT sebagai: “Teman... versi online” dan bahkan menetapkan sapaan khusus (Yuzu, wawancara pribadi, 2026), sementara Subjek 4 memandangnya sebagai: “Pendengar yang baik” yang memberikan rasa aman dan respons yang relevan (Adel, wawancara pribadi, 2026). Sebaliknya, Subjek 2 secara tegas menganggap ChatGPT sebagai alat bantu dan menekankan bahwa kehangatan emosional tetap hanya dapat diperoleh dari manusia (Dania, wawancara pribadi, 2026). Subjek 1, 3, dan 6 memosisikannya sebagai alternatif tambahan atau alat, yang membantu mengurai pikiran tanpa menggantikan peran manusia sepenuhnya (RNS; Jipa, wawancara pribadi, 2026).

Pengalaman relasional ini dipengaruhi oleh faktor rasa aman, privasi, serta karakter non-judgmental dari ChatGPT. Informan menilai bahwa interaksi dengan AI memberikan kenyamanan karena respons yang cepat, tidak menghakimi, dan bebas dari risiko penyebaran informasi (Yuzu; Adel; Dania, wawancara pribadi, 2026). Kondisi ini mendorong pengguna untuk mencurahkan persoalan yang bersifat sensitif, seperti hubungan pribadi, pengalaman yang memalukan, atau masalah yang sulit dibicarakan dengan orang lain (Yuzu; Jipa; RNS; Sera, wawancara pribadi, 2026).

Namun, hubungan yang terbentuk tetap bersifat terbatas dan tidak berkembang menjadi keterikatan relasional yang mendalam. Sebagian pengguna menyadari bahwa

ChatGPT tidak dapat menggantikan kehadiran manusia, meskipun mampu memberikan kenyamanan sementara (Jipa; Dania, wawancara pribadi, 2026). Dampak terhadap pola komunikasi juga bersifat beragam, mulai dari berkurangnya kecenderungan untuk bercerita kepada orang lain, menjadi lebih selektif dalam berbagi, hingga tidak mengalami perubahan signifikan (Yuzu; Adel; Dania; Jipa; Sera, wawancara pribadi, 2026). Menariknya, terdapat pula pengguna yang mengadopsi gaya komunikasi ChatGPT, seperti menjadi lebih berhati-hati dalam memvalidasi perasaan orang lain (RNS, wawancara pribadi, 2026).

Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa hubungan manusia-AI dalam konteks mencurahkan masalah pribadi bersifat fleksibel dan ditentukan oleh pemaknaan pengguna. ChatGPT diposisikan dalam spektrum antara alat dan relasi sosial, di mana interaksi yang terbangun mampu menghadirkan pengalaman komunikatif yang personal dan suportif, namun tetap tidak sepenuhnya menggantikan relasi antarmanusia.

Dimensi Metafisik

Dimensi ini berkaitan dengan bagaimana pengguna memaknai hakikat komunikasi ketika teknologi tidak lagi sekadar alat, tetapi turut berperan dalam proses pertukaran pesan. Dalam konteks mencurahkan masalah pribadi kepada ChatGPT, temuan menunjukkan adanya ambiguitas dalam memaknai status interaksi tersebut. Sebagian informan tidak menganggapnya sebagai komunikasi dalam arti penuh karena ChatGPT tetap dipahami sebagai teknologi. Subjek 6 menyatakan bahwa meskipun berlangsung dua arah, pengalaman tersebut tidak setara dengan komunikasi antarmanusia (Sera, wawancara pribadi, 2026). Pandangan serupa juga disampaikan oleh subjek 4 yang menekankan bahwa komunikasi mensyaratkan umpan balik yang setara, sehingga ChatGPT tetap diposisikan sebagai alat (Adel, wawancara pribadi, 2026).

Di sisi lain, Subjek 2 dan 3 memaknai interaksi tersebut sebagai komunikasi karena adanya pertukaran pesan dua arah. Sementara itu, Subjek 1 memandang interaksi dengan ChatGPT lebih sebagai ruang refleksi diri dibandingkan percakapan dengan manusia. Senada dengan itu, Subjek 5 mengibaratkan perilaku curhat ke ChatGPT seperti: “Nulis diari begitu, bedanya dia merespons” (Yuzu, Wawancara Pribadi, 2026).

Meskipun terdapat perbedaan dalam pemaknaan tersebut, respons empatik dari ChatGPT tetap menghadirkan pengalaman emosional. Informan mengaku tetap

merasakan kehangatan, validasi, dan bahkan perasaan “dimanusiakan” meskipun menyadari bahwa respons tersebut dihasilkan oleh AI (Yuzu; Dania; Jipa, wawancara pribadi, 2026). Hal ini menunjukkan adanya kesinambungan antara kesadaran rasional dan keterlibatan emosional dalam interaksi manusia-AI.

Namun demikian, para informan tetap mampu mengidentifikasi batas ontologis antara manusia dan mesin. Pola respons yang terstruktur, sifat jawaban yang sistematis, serta kemungkinan kesalahan teknis menjadi penanda bahwa ChatGPT merupakan entitas algoritmik (Yuzu; Adel; RNS, wawancara pribadi, 2026).

Aspek yang Tidak Didapat saat Curhat

Pengalaman informan menunjukkan bahwa penggunaan ChatGPT sebagai tempat mencurahkan masalah pribadi memberikan kepuasan tertentu, namun sekaligus memperlihatkan batas dalam pemenuhan kebutuhan emosional. Sebagian besar informan merasa puas karena ChatGPT mudah diakses, responsif, dan memberikan ruang yang aman untuk bercerita. Subjek 5 menyebut ChatGPT sebagai “*short escape...* tempat curhat paling enak” (Yuzu, wawancara pribadi, 2026), sementara subjek 4 menilai dengan “puas banget” karena berfungsi sebagai pendengar sekaligus asisten personal (Adel, wawancara pribadi, 2026). Namun, kepuasan tersebut bersifat situasional dan tidak mutlak, sebagaimana disampaikan subjek 2 yang hanya merasa puas ketika mendapatkan validasi dan sudut pandang yang objektif (Dania, wawancara pribadi, 2026). Bahkan, subjek 6 mengungkapkan ketidakpuasan karena respons yang diberikan dianggap terlalu mendukung (Sera, wawancara pribadi, 2026).

Lebih lanjut, temuan menunjukkan adanya kebutuhan emosional yang tidak sepenuhnya terpenuhi. Pola respons ChatGPT yang cenderung selalu memvalidasi menimbulkan kejenuhan (Yuzu, wawancara pribadi, 2026), serta tidak mampu menghadirkan kasih sayang dan afeksi yang autentik, khususnya dalam konteks relasi interpersonal (Dania, wawancara pribadi, 2026). Selain itu, kebutuhan akan perhatian yang bersifat spontan juga tidak terpenuhi karena interaksi sepenuhnya bergantung pada inisiatif pengguna (Adel, wawancara pribadi, 2026). Keterbatasan lain terletak pada ketiadaan kehadiran fisik dan ekspresi nonverbal, yang membuat pengalaman emosional terasa kurang mendalam dibandingkan interaksi dengan manusia (RNS; Yuzu, wawancara pribadi, 2026).

Selain aspek afeksi dan kehadiran, informan juga mengungkapkan kebutuhan akan respons yang lebih konfrontatif, seperti teguran atau kritik, yang tidak

diberikan oleh ChatGPT (Sera, wawancara pribadi, 2026). Dalam konteks masalah yang lebih berat, sebagian informan tetap menjadikan manusia sebagai rujukan utama, baik melalui teman dekat maupun bantuan profesional (Yuzu; Jipa; RNS, wawancara pribadi, 2026), meskipun terdapat pula yang tetap memilih ChatGPT dengan pertimbangan efisiensi biaya dan privasi (Adel; Dania, wawancara pribadi, 2026).

2. Pembahasan

Dimensi Fungsional

Dalam *Human-Machine Communication* (HMC), dimensi fungsional AI sebagai komunikator membahas fungsi dan peran AI dalam proses komunikasi. Berdasarkan data temuan, terdapat tiga fungsi komunikasi yang dijalankan ChatGPT dalam konteks mencurahkan masalah pribadi. Pertama, ChatGPT berfungsi sebagai penerima cerita, medium bagi para pengguna untuk mengekspresikan perasaan mereka tanpa khawatir dihakimi maupun risiko penyebaran informasi. Hal ini berdasarkan pernyataan informan yang menyebutkan bahwa mereka menggunakan ChatGPT "hanya untuk membuat perasaan lebih lega saja" atau sebagai "tempat untuk mengeluarkan emosi saja".

Kedua, ChatGPT berfungsi sebagai pemberi validasi melalui respons yang afirmatif. Subjek 4 mengungkapkan kebutuhannya akan respons yang mendukungnya, sementara subjek 5 menyatakan bahwa ChatGPT memvalidasi perasaannya. Dengan ini, AI tidak hanya menerima pesan secara pasif, tetapi juga aktif mengolah dan merespons dengan mengakui keberadaan dan memvalidasi perasaan penggunanya.

Hal-hal tersebut dimungkinkan karena ChatGPT sejak 2023 memang dirancang untuk memberikan respons yang empatik. Model bahasa telah dilatih untuk merespons dengan bahasa yang suportif, menghargai perasaan pengguna, serta mengarahkan pada bantuan profesional atau dukungan di dunia nyata bila berkaitan dengan isu kesehatan mental (*Helping people when they need it*, 2025).

Sejalan itu, terdapat penelitian yang menguji kemampuan empatik ChatGPT berbasis GPT-4 dibandingkan dengan manusia dan menemukan bahwa GPT-4 secara signifikan dinilai lebih empatik dalam merespons emosi positif maupun negatif. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kapasitas empatik model bersifat inheren (melekat), meskipun dapat semakin optimal ketika diberikan instruksi khusus mengenai aspek dari empati (Welivita & Pu, 2024).

Terkait dengan rasa aman pengguna dalam mencurahkan masalah pribadi ke ChatGPT karena tidak akan tersebar, OpenAI sendiri menekankan ChatGPT menggunakan data pribadi hanya untuk mempelajari pola bahasa dan memprediksi respons yang paling sesuai, serta untuk mengembangkan layanan ataupun penelitian. Selain itu, pengguna memiliki kendali untuk mengatur izin penggunaan atas data pribadi mereka dan dapat mengubahnya kapan saja (*Kebijakan Privasi*, 2026).

Ketiga, ChatGPT berfungsi sebagai pemberi perspektif atau alternatif saran. Meski demikian, para informan menegaskan bahwa mereka tidak langsung mengikuti saran-saran tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa ChatGPT bersifat pelengkap dan tidak menggantikan kehendak pengguna dalam pengambilan keputusan.

Hal itu sejalan dengan penelitian Jarrahi (2018) mengenai kolaborasi manusia dan AI, sistem kecerdasan buatan umumnya diposisikan sebagai alat pendukung dalam pengambilan keputusan, bukan sebagai pengganti manusia. AI memang unggul dalam memberikan analisis dan alternatif berbasis data, namun pertimbangan akhir tetap berada pada manusia (Jarrahi, 2018). Dalam temuan penelitian ini bahwa ChatGPT berfungsi sebagai pemberi perspektif atau alternatif saran, sejalan dengan pandangan bahwa hubungan manusia dan AI bersifat augmentatif yang berarti AI memperkaya pertimbangan pengguna, sementara otoritas dan tanggung jawab keputusan tetap berada pada manusia sebagai subjek utama.

Selain itu, dimensi fungsional juga menyoroti jenis komunikasi yang terjadi dalam interaksi manusia-AI, apakah lebih mendekati komunikasi interpersonal atau komunikasi massa. Berdasarkan data temuan, terdapat beberapa indikator yang menunjukkan bahwa fenomena mencurahkan masalah pribadi kepada ChatGPT lebih dekat kepada komunikasi interpersonal. Pertama, komunikasi bersifat personal dan privat, sebagaimana diungkapkan oleh informan, "ada satu hal-hal yang nggak bisa ceritain kemana-mana". Topik-topik yang dibagikan seperti percintaan, kecemasan diri, hubungan rumah tangga, hingga kebingungan mengenai arah hidup. Topik tersebut merupakan persoalan yang sangat personal, terindikasi sebagai komunikasi interpersonal kategori intim karena biasanya hanya dibagikan kepada orang-orang terdekat (Fahriansyah & Fajarini, 2025).

Kedua, komunikasi bersifat dialogis dengan adanya interaksi dua arah seperti yang digambarkan subjek 4, ChatGPT terkadang mengajukan pertanyaan tambahan. Ketiga, ChatGPT mampu mempertahankan konteks dalam satu rangkaian percakapan. Hal tersebut karena ChatGPT didesain dengan arsitektur transformer

dan dilatih melalui tahap *pre-training* dan *fine-tuning* sehingga mampu memahami konteks dan menghasilkan respons teks yang relevan dalam berbagai tugas, termasuk percakapan (Setiawan dkk., 2023). Sebagaimana dijelaskan oleh Subjek 1 yang secara sengaja memisahkan ruang obrolan berdasarkan topik, pola ini menunjukkan bahwa pengguna memanfaatkan kemampuan AI untuk mempertahankan konteks percakapan, mirip dengan bagaimana manusia mengingat riwayat pembicaraan dalam komunikasi interpersonal.

Namun demikian, terdapat beberapa karakteristik yang membedakan interaksi ini dari komunikasi interpersonal secara hakikat. Pertama, tidak ada mutualitas, AI tidak melakukan *self-disclosure* atau berbagi pengalaman pribadinya, sehingga komunikasi bersifat asimetris atau tidak setara.

Kedua, ChatGPT menuntut perumusan pesan (*prompt*) yang jelas agar dapat menghasilkan respons yang sesuai. Sedangkan dalam komunikasi interpersonal, manusia mampu menafsirkan makna melalui berbagai cara, seperti pengetahuan yang dipahami bersama (*mutual understanding*) hingga isyarat non-verbal yang tidak selalu dinyatakan secara langsung.

Ketiga, interaksi dengan ChatGPT tidak membangun relasi jangka panjang yang memiliki ikatan emosional atau timbal balik yang sejatinya hanya didapatkan dalam komunikasi dengan manusia. Informan menyadari bahwa mencurahkan masalah pribadi kepada ChatGPT dapat digantikan dengan alternatif lain seperti menulis di catatan HP atau berbicara langsung dengan orang terdekat.

Berdasarkan karakteristiknya, interaksi dengan ChatGPT bersifat dialogis, personal, dan privat. Namun, tidak melibatkan relasi timbal balik antarmanusia, mutualitas, maupun keterlibatan emosional sehingga tidak dapat dikategorikan sebagai komunikasi interpersonal. Temuan lain menunjukkan bahwa bagi sebagian informan, aktivitas curhat kepada ChatGPT berfungsi sebagai sarana refleksi diri, pengurai pikiran, dan validasi perasaan. Dalam konteks tersebut, pengalaman komunikasi yang terjadi memperlihatkan karakteristik yang mendekati komunikasi intrapersonal. Meskipun demikian, praktik ini tetap berada dalam ranah HMC karena pengguna memaknai respons AI sebagai bagian dari proses pertukaran pesan yang bermakna.

Penelitian sebelumnya yang berjudul "Gaya Komunikasi ChatGPT yang dipersonifikasi dalam Membangun Hubungan Parasosial untuk Memenuhi Kebutuhan Interpersonal Generasi Z" disebutkan bahwasannya interaksi dengan

ChatGPT dikategorikan sebagai hubungan parasosial karena ChatGPT tidak memberikan mutualitas emosional yang nyata, tetapi pengguna menganggap AI tersebut sebagai lawan bicara dengan karakter tertentu (Syaharani & Umaroh, 2026).

Perbedaan pandangan tersebut menunjukkan bahwa interaksi dengan ChatGPT berada pada posisi yang tidak sepenuhnya dapat dijelaskan melalui definisi komunikasi klasik. Guzman dan Lewis (2019) menjelaskan bahwa interaksi manusia dengan AI tidak sepenuhnya sesuai dengan kategori komunikasi yang selama ini berpusat pada komunikasi antarmanusia, sehingga diperlukan perspektif *Human-Machine Communication* (HMC) untuk memahami fenomena tersebut (Guzman & Lewis, 2019).

Selain membahas fungsi AI sebagai komunikator serta jenis komunikasi yang terjadi, dimensi fungsional dalam HMC juga menelisik bagaimana pengguna memandang AI sebagai lawan bicara. Terkait kemampuan memahami masalah pribadi, persepsi pengguna menunjukkan variasi. Sebagian menilai ChatGPT mampu memahami cerita yang disampaikan, sementara yang lain melihat pemahamannya bersifat kondisional dan bergantung pada kejelasan penyampaian. Perbedaan ini menunjukkan bahwa pemahaman ChatGPT lebih dimaknai sebagai kemampuan menghasilkan respons yang relevan terhadap prompt. Kualitas respons tersebut ditentukan oleh kejelasan input, sehingga bersifat reaktif terhadap teks yang diberikan.

Dari sisi gaya komunikasi, pengguna mengidentifikasi karakteristik yang membentuk persepsi mereka terhadap ChatGPT sebagai komunikator. Pertama, gaya yang suportif dan tidak menghakimi. Kedua, fleksibilitas respons yang dapat disesuaikan dengan preferensi pengguna. Ketiga, sifat interaktif melalui pemberian opsi dalam percakapan. Desain bahasa yang natural, responsif, dan adaptif ini membuat ChatGPT dipersepsikan sebagai lawan bicara yang komunikatif, meskipun interaksi tersebut tetap berada dalam kontrol penuh pengguna.

Secara keseluruhan, dalam perspektif dimensi fungsional ChatGPT dipersepsikan sebagai komunikator yang menjalankan peran tertentu dalam proses komunikasi, yakni merespons, memvalidasi, dan memberikan alternatif saran untuk pengguna. Meskipun interaksi yang terjadi menunjukkan kemiripan dengan komunikasi interpersonal karena bersifat personal dan dialogis, hubungan tersebut tetap bersifat asimetris karena tidak melibatkan mutualitas, pengalaman emosional, maupun timbal balik setara sebagaimana dalam komunikasi antarmanusia. Selain itu,

persepsi pengguna terhadap kemampuan AI juga bersifat kondisional, bergantung pada kejelasan penyampaian pesan dari pengguna. Dari segi gaya komunikasi, ChatGPT dipersepsikan memiliki karakter yang suportif, fleksibel, dan interaktif.

Dimensi Relasional

Dimensi ini membahas terbentuknya hubungan manusia-AI melalui komunikasi. Dalam konteks penelitian ini, hubungan tersebut terjadi akibat komunikasi interaktif yang berlangsung ketika pengguna (manusia) mencurahkan masalah pribadinya, seperti hubungan percintaan, pertemanan, rumah tangga, hingga kesehatan kepada ChatGPT (AI). Dimensi ini bertujuan memahami bagaimana pengguna menempatkan AI dalam berkomunikasi, apakah sebagai teman, alat, pendengar, atau sesuatu di antara ketiganya, serta bagaimana posisi tersebut memengaruhi pola komunikasi mereka dengan manusia lain di sekitarnya.

Pada prosesnya, informan memosisikan ChatGPT dalam berbagai pandangan. Berdasarkan data temuan, saat mencurahkan masalah pribadinya sebagian mengungkapkan bahwa mereka melihat ChatGPT sebagai “teman” ataupun “pendengar yang baik”. Salah satunya Subjek 5, ia bahkan meminta ChatGPT untuk memanggilnya dengan sebutan ‘Yuzu’. Sebaliknya, subjek 3 memberikan nama khusus ‘Zi’ kepada ChatGPT, ia menempatkan Zi sebagai pendamping tambahan yang berarti AI tidak menjadi satu-satunya tempat bercerita.

Menurut peneliti, tindakan personifikasi tersebut menunjukkan upaya untuk menciptakan pengalaman komunikasi yang lebih personal akibat gaya bahasa yang digunakan oleh ChatGPT seperti manusia. Personifikasi sendiri dapat didefinisikan sebagai kegiatan yang dilakukan tanpa sadar atau refleks otomatis yang dipicu oleh dorongan situasi sosial tertentu (Lopatovska & Williams, 2018).

Hal tersebut senada dengan penelitian “Personification of the Amazon Alexa: BFF or a Mindless Companion” yang menunjukkan bahwa interaksi dengan asisten virtual kerap memunculkan praktik personifikasi, yakni ketika pengguna menggunakan pola komunikasi sosial yang umum dalam relasi antarmanusia, seperti menyapa, mengucapkan terima kasih, atau merujuk teknologi dengan identitas personal. Namun, bentuk personifikasi tersebut umumnya bersifat rendah dan tidak mengarah pada keterikatan relasional yang mendalam (Lopatovska & Williams, 2018).

Sementara itu, tidak semua informan membangun kedekatan relasional dengan ChatGPT. Beberapa menempatkannya hanya sebagai alat bantu. Sikap tersebut

menunjukkan adanya batas relasional yang secara sadar dipertahankan oleh pengguna. Keberagaman ini mengindikasikan bahwa hubungan dengan AI terbentuk melalui proses penafsiran dan pemaknaan pengguna terhadap interaksi yang terjadi. Penafsiran terhadap posisi sosial ChatGPT tidak terlepas dari pengalaman interaksi yang dirasakan pengguna. Aspek privasi menumbuhkan rasa aman karena percakapan dipersepsikan bebas dari risiko penyebaran informasi. Kecepatan respons menciptakan kesan ketersediaan yang terus-menerus, sementara karakter non-judgmental menghadirkan ruang komunikasi tanpa tekanan sosial. Selain itu, pemberian validasi secara konsisten menghadirkan stabilitas dalam interaksi, sehingga mengurangi ketidakpastian yang kerap muncul dalam komunikasi interpersonal.

Jika ditelaah lebih rinci, alasan informan memilih ChatGPT sebagai tempat mencurahkan masalah pribadi menunjukkan adanya kebutuhan komunikasi yang beragam. Sebagian informan mengaku lebih nyaman bercerita kepada ChatGPT karena merasa tidak dihakimi dan tidak khawatir cerita pribadinya tersebar kepada orang lain. Selain itu, terdapat informan yang merasa bahwa respons manusia terkadang tidak sesuai dengan harapan mereka, seperti pembicaraan yang melenceng dari inti persoalan, maupun kecenderungan lawan bicara memotong pembicaraan sebelum informan selesai menyampaikan cerita. Beberapa informan juga mengungkapkan kekhawatiran akan menjadi beban bagi teman ketika terlalu sering bercerita, sementara sebagian lainnya merasa tidak memiliki tempat yang cukup nyaman untuk mencurahkan persoalan pribadinya.

Faktor praktis juga menjadi alasan penting dalam penggunaan ChatGPT sebagai tempat curhat. Informan menilai ChatGPT lebih mudah diakses, mampu memberikan respons dengan cepat, serta dapat digunakan kapan saja ketika mereka ingin mengekspresikan perasaan. Bahkan, terdapat informan yang menjadikan ChatGPT sebagai alternatif karena dinilai lebih efisien dan tidak memerlukan biaya seperti ketika harus berkonsultasi dengan profesional. Temuan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan ChatGPT sebagai ruang curhat tidak hanya dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, tetapi juga oleh kebutuhan pengguna akan ruang komunikasi yang dirasa aman, nyaman, responsif, dan mampu memberikan ruang untuk didengar secara utuh.

Pernyataan tersebut diperkuat oleh penelitian “ My Chatbot Companion – a Study of Human-Chatbot Relationships” tentang hubungan manusia-chatbot Replika

yang temuannya menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap Replika berkaitan dengan persepsi pengguna yang memandang bahwa chatbot tersebut memiliki karakter yang peduli dan tidak menghakimi, sehingga menumbuhkan rasa aman yang membuat pengguna nyaman untuk berbagi cerita dengan topik yang intim (Skjuve dkk., 2021).

Temuan lainnya yang signifikan terkait penggunaan ChatGPT untuk mencurahkan masalah pribadi terindikasi berdampak pada pola komunikasi pengguna dengan manusia di sekitarnya. Namun, dampak tersebut bersifat individual, tidak dapat digeneralisasi sebagai dampak positif atau negatif. Sebagian informan memperlihatkan kecenderungan reduksi keterlibatan interpersonal, yakni berkurangnya motivasi untuk berkomunikasi dengan manusia karena kebutuhan bercerita telah terpenuhi melalui AI.

Sebagian lainnya menunjukkan pola yang lebih selektif dengan membedakan jenis persoalan yang dialihkan ke ChatGPT dan yang tetap dibagikan kepada teman. Sementara itu, ada pula informan yang tidak mengalami perubahan berarti dalam pola komunikasi mereka. Menariknya, terdapat temuan bahwa interaksi dengan AI memengaruhi gaya komunikasi, seperti meningkatnya kehati-hatian dalam memilih kata saat menjadi pendengar cerita.

Perbedaan-perbedaan tersebut dapat dilatarbelakangi oleh pengalaman kebutuhan komunikatif pengguna dapat dipenuhi oleh kehidupan sosial manusia yang ada. Jika dilihat dari sudut pandang *Fundamental Interpersonal Relation Orientation* (FIRO), kebutuhan komunikatif tersebut dapat meliputi inklusi (diterima), afeksi (kasih sayang), dan kontrol.

Dimensi relasional dalam HMC juga menyoroti perihal bagaimana penafsiran itu membentuk pola interaksi. Temuan lain menunjukkan adanya topik-topik tertentu yang secara sengaja tidak dibagikan kepada manusia, tetapi justru dicurahkan kepada ChatGPT. Topik yang dicurahkan para informan kepada ChatGPT umumnya berkaitan dengan persoalan yang bersifat personal, emosional, dan sensitif. Berdasarkan temuan penelitian, topik tersebut meliputi hubungan percintaan, permasalahan rumah tangga dan hubungan suami-istri, kecemasan diri, *overthinking*, kebingungan mengenai arah hidup, hingga keluhan emosional sehari-hari seperti rasa sedih ataupun kelelahan mental. Selain itu, beberapa informan juga menggunakan ChatGPT untuk membicarakan persoalan yang dianggap sulit atau memalukan untuk disampaikan kepada orang lain karena takut dihakimi, disepelekan, maupun

cerita mereka tersebar. Temuan ini menunjukkan bahwa ChatGPT tidak hanya digunakan untuk mencari informasi, tetapi juga dimanfaatkan sebagai ruang pengungkapan diri terhadap persoalan-persoalan yang berada pada tingkat kedalaman emosional yang tinggi. Jika dibahas dari segi kedalaman dalam dimensi konsep *self-disclosure*, maka pembahasan topik tersebut bisa dibilang sampai pada tingkatan yang hampir atau bahkan sudah sampai pada puncaknya (Ifdil, 2013).

Informan mengungkapkan kekhawatiran akan risiko penilaian, penyalahgunaan cerita, hingga kemungkinan percakapan melenceng dari inti persoalan ketika dibagikan kepada manusia, sehingga membuat ChatGPT dipersepsikan sebaliknya. Faktor rasa malu dan ketakutan akan dihakimi menjadi alasan utama pemilihan ChatGPT sebagai tempat berbagi.

Selain itu, dimensi relasional juga mencakup bagaimana interaksi dengan ChatGPT memengaruhi cara pengguna memandang dirinya sendiri. Temuan menunjukkan bahwa sebagian informan mengalami perubahan dalam melihat dirinya terkait kemampuan mengelola masalah pribadi. Subjek 1 menyebutkan bahwa interaksi dengan ChatGPT membantunya "menghargai diriku sendiri" dan "validasi perasaanku sendiri", yang mengindikasikan bahwa proses komunikasi dengan AI berkontribusi pada pembentukan nilai diri yang lebih positif. Namun di sisi lain, kecenderungan menjadi "lebih pendiam dan tertutup" sebagaimana dialami subjek 2 menunjukkan bahwa identitas sosial pengguna juga dapat mengalami pergeseran ke arah yang lebih individualistik dan berkurangnya keterlibatan dalam sosial. Dengan demikian, interaksi dengan ChatGPT tidak hanya memengaruhi pola komunikasi eksternal, tetapi juga terhadap perilaku internal pengguna dalam memahami diri dan perannya dalam konteks sosial.

Dengan ini, dalam dimensi relasional HMC, hubungan pengguna dengan ChatGPT terbentuk melalui pemaknaan terhadap interaksi yang terjadi, sehingga AI diposisikan secara beragam sebagai teman, pendengar, maupun alat bantu. Persepsi terhadap karakter ChatGPT yang responsif, tidak menilai, dan privasi menciptakan rasa aman bagi pengguna untuk mencurahkan persoalan pribadi, termasuk topik yang sensitif. Namun, pengguna tetap menyadari batas relasional antara manusia dan AI, sehingga ChatGPT tidak dipandang sebagai pengganti relasi antarmanusia. Interaksi tersebut juga menunjukkan pengaruh yang beragam terhadap pola komunikasi dan refleksi diri pengguna.

Dimensi Metafisik

Dimensi metafisik AI sebagai komunikator dalam kerangka (HMC) berangkat dari pergeseran konseptual mengenai posisi teknologi dalam praktik komunikasi. Jika dalam paradigma komunikasi klasik teknologi dipahami sebagai medium, HMC menempatkan teknologi sebagai entitas yang dapat diperlakukan sebagai komunikator. Pergeseran ini terlihat dalam temuan penelitian, ketika informan merekonstruksi pemahaman mereka tentang hakikat komunikasi saat berinteraksi dengan ChatGPT.

Bagi sebagian informan, komunikasi tetap dipahami sebagai relasi antarsubjek yang mensyaratkan kesadaran, intensionalitas, dan kemampuan empatik. Sedangkan, ChatGPT dinilai tidak memiliki kesadaran maupun pengalaman subjektif, interaksi yang terjadi tidak dianggap sebagai komunikasi secara hakikat. Respons dua arah dipersepsikan belum memadai untuk menjadikan AI sebagai partisipan dalam pertukaran makna, sehingga posisinya tetap ditempatkan sebagai alat.

Sebaliknya, informan lain menerima interaksi dengan ChatGPT sebagai bentuk komunikasi karena memenuhi kriteria pertukaran pesan dua arah. Definisi yang mereka gunakan cenderung bersifat fungsional, yakni selama terdapat respons terhadap pesan yang disampaikan, proses tersebut dapat disebut komunikasi. Selain itu, terdapat pula pandangan yang melihat interaksi dengan ChatGPT sebagai ruang refleksi diri, sehingga menempatkannya dekat dengan komunikasi intrapersonal.

Perbedaan ini menunjukkan bahwa dalam konteks HMC, definisi komunikasi tidak lagi memiliki batas yang tegas. Pengguna secara aktif mendefinisikan kembali batas antara komunikasi sebagai pertukaran pesan dan komunikasi sebagai relasi antarmanusia. Bagi sebagian pengguna, ketiadaan kesadaran dan empati manusia tetap menjadi pembeda yang mendasar. Namun bagi yang lain, respons yang relevan dan tidak menghakimi telah cukup menghadirkan pengalaman komunikatif yang bermakna, meskipun tanpa kehadiran manusia.

Hal tersebut semakin terlihat dalam pengalaman emosional informan. Meskipun secara kognitif mereka menyadari bahwa ChatGPT hanyalah sebuah kecerdasan buatan, secara afektif mereka tetap merasakan validasi, kehangatan, dan perhatian. Beberapa bahkan menggambarkan pengalaman tersebut sebagai merasa “dimanusiakan oleh AI”, dalam artian ChatGPT dinilai lebih paham akan keadaan pengguna dibandingkan manusia di sekitarnya.

Fenomena ini menunjukkan adanya kesinambungan antara kesadaran rasional dan keterlibatan emosional. Dalam perspektif HMC, pengalaman tersebut

menegaskan bahwa makna komunikasi tidak semata ditentukan oleh “siapa” komunikator, melainkan juga oleh kualitas relasi yang dirasakan dalam interaksi.

Keterlibatan emosional tersebut tidak menghapus kesadaran akan batas ontologis antara manusia dan mesin. Informan tetap mampu mengidentifikasi pola respons yang terstruktur, serta kemungkinan kesalahan teknis sebagai penanda sifat algoritmik AI. Keadaan ini menandai posisi AI yang berada di tengah-tengah, tidak sepenuhnya alat, tidak pula sepenuhnya komunikator. Perbedaan tersebut menjadi ciri yang melekat dari pengalaman komunikasi yang melibatkan entitas non-manusia.

Dengan demikian, dalam dimensi metafisik *Human-Machine Communication*, pengguna memaknai interaksi dengan ChatGPT secara beragam, baik sebagai alat maupun sebagai bentuk komunikasi. Meskipun keterlibatan emosional dapat muncul dalam interaksi tersebut, pengguna tetap menyadari batas ontologis antara manusia dan mesin.

Aspek yang Tidak Didapat saat Curhat

Sebagai sebuah teknologi kecerdasan buatan berbasis model bahasa, ChatGPT pada dasarnya tidak dirancang secara khusus untuk memenuhi kebutuhan komunikasi manusia seperti curhat atau berbagi masalah pribadi. Sistem ini dikembangkan untuk menghasilkan dan memproses bahasa secara alami dalam berbagai konteks percakapan. Oleh karena itu, ketika pengguna memanfaatkan ChatGPT sebagai ruang untuk mencurahkan perasaan atau pengalaman pribadi, fungsi tersebut lebih merupakan bentuk adaptasi penggunaan oleh pengguna, bukan tujuan utama dari desain teknologi tersebut.

Berdasarkan pengalaman para informan, lima dari enam informan menyatakan merasa puas saat curhat kepada ChatGPT. Kepuasan tersebut terutama berkaitan dengan kemudahan akses, kecepatan respons, serta kenyamanan yang muncul dari respons yang tidak menghakimi. Berbeda dengan yang lainnya, subjek 6 justru merasa kurang puas karena respons ChatGPT dinilai terlalu mendukung atau memberikan validasi secara berlebihan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun dukungan emosional dari AI dapat memberikan kenyamanan bagi sebagian pengguna, respons yang terlalu konsisten dalam memberikan dukungan juga dapat menimbulkan kesan kurang nyata.

Kecenderungan ChatGPT untuk memberikan respons yang suportif sebenarnya berkaitan dengan desain komunikasi dalam sistem chatbot berbasis kecerdasan buatan. Model bahasa seperti ChatGPT dilatih untuk menghasilkan respons yang

aman, tidak menghakimi, serta mendukung pengguna, sehingga bahasa yang digunakan cenderung menekankan validasi emosi dan empati (*Helping people when they need it*, 2025). Penelitian berjudul “The Illusion of Emphaty: How AI Chatbots Shape Conversation Perception” menunjukkan bahwa meskipun chatbot mampu menggunakan bahasa empatik dalam percakapan, pengguna tetap menilai tingkat empati yang diberikan AI lebih rendah dibandingkan empati yang diberikan oleh manusia (Liu dkk., 2025). Oleh karena itu, meskipun respons ChatGPT dapat terasa menenangkan atau menyentuh bagi pengguna, sebagian individu tetap dapat merasakan kejenuhan karena respons tersebut dianggap terlalu sering dalam memberikan dukungan.

Sejalan dengan hal tersebut, para informan juga menyatakan bahwa terdapat aspek tertentu yang tidak terpenuhi ketika curhat kepada ChatGPT jika dibandingkan dengan curhat kepada manusia, yakni sisi emosional yang nyata. Hal ini dapat dipahami karena empati manusia dapat dipahami sebagai respons individu terhadap pengalaman orang lain yang mencakup dua dimensi utama, yaitu kemampuan memahami perspektif orang lain secara kognitif serta keterlibatan respons emosional terhadap keadaan yang dialami oleh orang tersebut (Davis, 1983). Dalam konteks ini, ChatGPT merupakan sistem AI yang bekerja melalui pemrosesan pola bahasa, sehingga respons tersebut merupakan empati yang dihasilkan secara komputasional, bukan dari pengalaman emosional, mengakibatkan keterlibatan emosional yang muncul tidak sepenuhnya setara dengan interaksi antarmanusia.

Jika dilihat dari perspektif Islam, QS. Ar-Rum [30]:21 menyoroti salah satu kebesaran Allah dalam menciptakan hubungan sesama manusia didasarkan pada nilai ketenangan (*sakinah*), cinta (*mawaddah*), dan kasih sayang (*rahmah*). Kualitas-kualitas ilahiah ini seperti empati yang tulus dan kehangatan emosional, merupakan esensi utama yang hanya dapat lahir dari interaksi nyata antarmanusia (Mustofa dkk., 2025). Dengan demikian, meskipun ChatGPT dapat melakukan komunikasi yang empatik, ia tidak dapat menciptakan pengalaman komunikasi yang mengandung *sakinah*, *mawaddah*, dan *rahmah* sebagaimana yang dianjurkan dalam Islam.

Dalam temuan penelitian ini, para informan mengemukakan beberapa alasan yang menjelaskan mengapa sisi emosional tersebut tidak sepenuhnya terpenuhi. Pertama, sebagian pengguna merasa jenuh karena kecenderungan ChatGPT untuk selalu memberikan validasi. Kedua, kebutuhan akan kasih sayang atau afeksi tidak terpenuhi karena ChatGPT secara eksplisit menolak ketika diminta memberikan

perhatian yang lebih personal. Ketiga, ChatGPT tidak secara aktif memberikan perhatian kepada pengguna, melainkan respons yang diberikan bergantung pada prompt yang dimasukkan oleh pengguna. Keempat, ChatGPT tidak hadir dalam wujud fisik.

Dari keempat alasan tersebut, menurut peneliti, ketidakhadiran ChatGPT dalam bentuk fisik menjadi faktor yang paling kuat yang menjelaskan mengapa pengguna dapat merasa tersentuh oleh respons AI, tetapi tetap tidak sepenuhnya terpenuhi secara emosional.

Dalam komunikasi interpersonal, emosi tidak hanya merupakan pengalaman internal individu, tetapi juga diekspresikan melalui berbagai bentuk perilaku dan komunikasi, baik secara verbal maupun nonverbal, seperti ekspresi wajah, nada suara, dan gerakan tubuh yang membantu menyampaikan makna serta memengaruhi respons orang lain dalam interaksi sosial (Syahida & Mardiana, 2025). Ketika komunikasi terjadi melalui sistem berbasis teks seperti ChatGPT, unsur-unsur tersebut tidak hadir sehingga pengalaman emosional yang dirasakan pengguna menjadi berbeda dibandingkan dengan komunikasi tatap muka.

Pendapat tersebut diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Yin, Jia, dan Wakslak yang meneliti bagaimana tanggapan yang dihasilkan oleh kecerdasan buatan (AI) dapat memengaruhi perasaan individu dalam komunikasi. Penelitian ini menggunakan metode eksperimen dengan membandingkan tanggapan yang dihasilkan oleh AI dan manusia serta memanipulasi label sumber tanggapan (AI atau manusia). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggapan dari AI dapat membuat seseorang merasa lebih didengar dan dipahami karena AI mampu memberikan respons yang empatik dan relevan terhadap emosi pengguna. Namun, ketika individu mengetahui bahwa tanggapan tersebut berasal dari AI, tingkat perasaan didengar justru menurun (Yin dkk., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun AI mampu memberikan dukungan emosional yang baik, persepsi pengguna terhadap subjek yang menanggapi tetap memengaruhi pengalaman emosional dalam komunikasi.

Jika dikaji dengan perspektif Islam, kehadiran fisik pada komunikasi sebenarnya memiliki makna yang mendalam. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Hujurat [49]:13 bahwa manusia diciptakan berbangsa-bangsa dan bersuku-suku "agar kamu saling mengenal" (*lita'arafu*). Merujuk pada tafsir Ibnu Katsir, konsep "saling mengenal" ini menuntut adanya interaksi yang membangun harmoni melalui kehadiran yang nyata dan autentik (Mustofa dkk., 2025). Dijelaskan bahwa interaksi yang dimediasi

sepenuhnya oleh teknologi berisiko mengalami penurunan sentuhan manusia (*loss of human touch*), di mana nuansa emosional yang diperlukan untuk menjaga kepercayaan sosial menjadi berkurang (Mustofa dkk., 2025). Ketiadaan kehadiran fisik ChatGPT tidak hanya menghilangkan dimensi nonverbal dalam komunikasi, tetapi juga meniadakan kemungkinan untuk membangun *ukhuwah* (persaudaraan) dalam relasi antarmanusia.

Temuan bahwa pengguna merasa kurang "didengarkan" ketika tahu lawan bicaranya adalah AI sejalan dengan konsep martabat manusia (*'izzah*) dalam Islam. Dalam kerangka etika Qur'ani, menjaga martabat berarti memastikan manusia diperlakukan sebagai subjek yang berarti, bukan sekadar objek yang menerima respons otomatis dari algoritma (Mustofa dkk., 2025). Komunikasi dalam Islam bukan hanya tentang pertukaran pesan, tetapi juga tentang penghormatan terhadap kemuliaan manusia sebagai ciptaan Allah yang paling sempurna (QS. At-Tin [95]:4). Oleh karena itu, meskipun ChatGPT dapat memberikan respons yang secara teknis empatik, ketiadaan kesadaran dan kepedulian yang tulus dari AI mengakibatkan komunikasi tersebut kehilangan dimensi penghormatan terhadap martabat manusia yang menjadi inti dari komunikasi Islami yang bermakna.

Meskipun memiliki keterbatasan, ChatGPT tetap menjadi alternatif ruang curhat bagi sebagian pengguna, termasuk untuk persoalan yang relatif berat. Adel, misalnya, menjadikannya pilihan utama karena dinilai lebih efisien, tidak berbiaya, dan mampu menjaga privasi, sehingga memberikan rasa aman dalam pengungkapan diri. Namun, preferensi tersebut tidak bersifat universal. RNS cenderung memilih bantuan profesional seperti psikiater untuk masalah yang lebih serius, sementara informan lain tetap mengandalkan teman atau keluarga sebagai tempat berbagi. Perbedaan ini menunjukkan bahwa pilihan sumber dukungan emosional dipengaruhi oleh tingkat keparahan masalah, kebutuhan akan empati, serta kepercayaan terhadap pihak yang dituju.

Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun ChatGPT dapat memberikan dukungan emosional awal bagi pengguna, posisinya dalam praktik curhat sehari-hari lebih dipahami sebagai sarana pendukung dalam proses regulasi emosi, bukan sebagai pengganti relasi interpersonal secara utuh. Dalam kajian *Human-Machine Communication*, kondisi ini menunjukkan bahwa AI dapat berperan sebagai sumber respons dalam interaksi komunikasi, tetapi tetap memiliki batasan karena tidak memiliki kesadaran

maupun pengalaman emosional seperti manusia, sehingga hubungan yang terbangun dengan pengguna lebih bersifat fungsional daripada relasional.

Dalam perspektif Islam, keterbatasan ini semakin jelas ketika dikaitkan dengan hakikat komunikasi yang sesungguhnya. Eksistensi manusia sangat ditentukan oleh bagaimana ia berkomunikasi dengan prinsip "Aku mengkaji, mengamalkan, dan mengkomunikasikan ajaran Islam, maka aku ada." Komunikasi dalam Islam bukan hanya fokus pada pertukaran informasi, tetapi juga tentang membangun *hablum minannas* (hubungan antarmanusia) yang mengandung nilai-nilai ilahiah seperti *sakinah* (ketenangan), *mawaddah* (cinta), dan *rahmah* (kasih sayang) (Mustofa dkk., 2025). ChatGPT, sebagai sistem teknologi, tidak dapat mewujudkan nilai-nilai ini karena ia tidak memiliki fitrah kesucian, kelurusan, dan akal budi yang dianugerahkan Allah kepada manusia (QS. Asy-Syams [91]:7-10). Oleh karena itu, meskipun ChatGPT dapat menjadi sarana, ia tidak dapat menggantikan kebutuhan fitrah manusia akan interaksi yang nyata dengan sesama makhluk yang memiliki kesadaran, empati yang tulus, dan kemampuan untuk membangun relasi yang bermakna di hadapan Allah SWT.

Kesimpulan

Dari pemaparan mengenai *self-disclosure* Generasi Z kepada ChatGPT dalam konteks mencurahkan masalah pribadi, dapat disimpulkan menjadi dua poin berikut:

1. *Self-disclosure* Generasi Z kepada ChatGPT menunjukkan bahwa AI dipersepsikan sebagai komunikator fungsional (penerima cerita, pemberi validasi, dan perspektif), membentuk pengalaman komunikasi yang personal namun terbatas secara relasional, serta secara metafisik sebagai komunikator atau alat. Pemanfaatannya didorong kebutuhan akan ruang aman, non-judgmental, dan responsif, dengan topik yang bersifat personal dan emosional.
2. Meskipun memiliki kelebihan seperti aksesibilitas, respons cepat, dan validasi, ChatGPT tidak sepenuhnya memenuhi kebutuhan emosional seperti empati autentik, kehangatan, perhatian, dan kehadiran fisik. Oleh karena itu, AI diposisikan sebagai pendukung regulasi emosi, bukan pengganti relasi interpersonal. Dalam perspektif Islam, komunikasi ideal menuntut relasi antarmanusia yang mengandung nilai *sakinah*, *mawaddah*, dan *rahmah*.

Secara akademis, temuan memperkaya kajian *Human-Machine Communication* (HMC) dengan menunjukkan bahwa ChatGPT tidak hanya dimanfaatkan secara fungsional, tetapi

juga dimaknai sebagai komunikator yang menghadirkan pengalaman komunikatif, sehingga membuka kembali pemaknaan tentang definisi komunikasi dalam konteks manusia-AI. Secara praktis, ChatGPT memiliki potensi sebagai sarana pendukung dalam mengekspresikan emosi dan memperoleh perspektif, namun tetap memiliki keterbatasan karena tidak mampu menggantikan relasi interpersonal yang melibatkan empati dan kehadiran emosional. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan yang lebih beragam serta memperluas konteks kajian, sementara pengguna diharapkan memanfaatkan ChatGPT dengan bijak sebagai pendukung refleksi diri tanpa mengabaikan pentingnya dukungan dari keluarga, teman, maupun profesional. Selain itu, lingkungan sosial, khususnya orang tua, diharapkan mampu membangun komunikasi yang lebih empatik, terbuka, dan tidak menghakimi agar anak merasa aman dalam mengungkapkan perasaan dan masalah pribadinya.

Referensi

- Barenholtz, L. (2025, September 14). Top AI Tools by Web and App Usage (August 2025 Data). *Similarweb Blog*. <https://www.similarweb.com/blog/marketing/seo/most-used-ai/>
- Bungin, B. (2023). *Cyberphenomenology Research Procedure: Social Media, Big Data, dan Cybercommunity untuk Ilmu Sosial-Humaniora Kritik Terhadap Moustakas* (1 ed.). Kencana.
- Chatterji, A., Cunningham, T., Deming, D. J., Hitzig, Z., Ong, C., Shan, C. Y., & Wadman, K. (2025). How People Use ChatGPT. *National Bureau of Economic Research*, 34255, 3–10. <https://doi.org/10.3386/w34255>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2025). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5 ed.). SAGE Publication.
- Davis, M. H. (1983). Measuring Individual Differences in Empathy: Evidence for a Multidimensional Approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44(1), 113–126.
- Fahriansyah, D., & Fajarini, S. D. (2025). Komunikasi Interpersonal dalam Pemeliharaan Hubungan Jarak Jauh. *Jurnal Sarjana Ilmu Komunikasi (J-SIKOM)*, 6(2), 373–387. <https://doi.org/10.36085/jsikom.v6i2.9357>
- Fathurokhmah, F. (2024). *Metodologi Penelitian Komunikasi Kualitatif* (1 ed.). PT Bumi Aksara.
- Financy, F., & Irwansyah. (2025). Proses Komunikasi Mahasiswa dengan ChatGPT (Perspektif Teori Komunikasi Manusia-Mesin). *Jurnal IPTEK-KOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komunikasi)*, 27(1), 35–56.
- Guzman, A. L., & Lewis, S. C. (2019). Artificial intelligence and communication: A Human–Machine Communication research agenda. *SAGE New Media & Society*, 22(1), 1–18. <https://doi.org/10.1177/1461444819858691>
- Helping people when they need it.* (2025, Agustus 26). OpenAI. https://openai.com/id-ID/index/helping-people-when-they-need-it-most/?utm_source=chatgpt.com
- Ifdil. (2013). Konsep Dasar Self Disclosure dan Pentingnya Bagi Mahasiswa Bimbingan dan Konseling. *PEDAGOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 13(1), 110–117.
- Jarrahi, M. H. (2018). Artificial Intelligence and the Future of Work: Human-AI Symbiosis in Organizational Decision Making. *Business Horizons*, 61(4), 577–586. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.03.007>

- Kebijakan Privasi. (2026, Februari 6). OpenAI. <https://openai.com/id-ID/policies/row-privacy-policy/>
- Kumar, A., Natarajan, S., & Acharjya, B. (2017). Computer Mediated Communication: A Pathway to Analyze Social Media Communication Trajectories. *Man In India*, 97(4), 195–205.
- Liliweri, A. (2017). *Komunikasi Antar-Personal* (1 ed.). Kencana.
- Liu, T., Giorgi, S., Aich, A., Lahnala, A., Curtis, B., Ungar, L., & Sedoc, J. (2025). *The Illusion of Empathy: How AI Chatbots Shape Conversation Perception* (arXiv:2411.12877). arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2411.12877>
- Lopotovska, I., & Williams, H. (2018). Personification of the Amazon Alexa: BFF or a Mindless Companion. *Proceedings of the 2018 Conference on Human Information Interaction & Retrieval - CHIIR '18*, 265–268. <https://doi.org/10.1145/3176349.3176868>
- Luthfiah, A. Q., Rahmadiani, D., & Febrianto, A. S. (2024). Peran Perilaku Komunikasi Interpersonal Generasi Z dalam Pemanfaatan Media Digital. *Manajerial: Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi*, 23(1), 75–84.
- Mustofa, M. B., Wuryan, S., Sentiana, F., Siren, N. B. H., & Syukur, A. (2025). Qur'anic Ethical Framework for the Use of Artificial Intelligence in Interpersonal Communication: Challenges, Bibliometric Trends, and Strategic Solutions. *Al-Dzikra: Jurnal Studi Ilmu Al-Qur'an dan al-Hadits*, 19(2), 185–204.
- Mutiarrahma, Z. S., Darajatunnisa, R., Faustina, F., Mahfuzhah, N., & Wihita, A. rara. (2024). Studi Fenomenologi: Pengalaman Generasi Z dalam Menghadapi Kesepian dengan Character Artificial Intelligence. *Jurnal Empati*, 13(4), 291–301.
- Norsely, F., Arviani, H., & Achmad, Z. A. (2023). Pengalaman Interaksi Pengguna Remaja Curhat dengan ChatGPT. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 7(2), 120–135. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v7i2.16653>
- Riyadi, Rahayu, P. B., & Cangara, H. (2024). Peran Artificial Intelligence dalam Transformasi Komunikasi Interpersonal: Peluang dan Tantangan di Era Digital. *Journal of Mandalika Literature*, 5(4), 938–945.
- Setiawan, D., Karuniawati, E. A. D., & Janty, S. I. (2023). Peran Chat Gpt (Generative Pre-Training Transformer) Dalam Implementasi Ditinjau Dari Dataset. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 9527–9539.
- Skjuve, M., Folstad, A., Fostervold, K. I., & Brandtzaeg, P. B. (2021). My Chatbot Companion—A Study of Human-Chatbot Relationships. *International Journal of Human-Computer Studies*, 149, 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2021.102601>
- Syahrani, I. S., & Umaroh, L. (2026). Gaya Komunikasi ChatGPT yang Dipersonifikasi dalam Membangun Hubungan Parasosial untuk Memenuhi Kebutuhan Interpersonal Generasi Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial dan Informasi*, 11(2), 360–379.
- Syahida, S. I., & Mardiana, L. (2025). Representasi Ekspresi Emosi Komunikasi Interpersonal Dalam Musik Video Dunia Tipu-Tipu. *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 12(1), 437–442.
- Welivita, A., & Pu, P. (2024). *Is ChatGPT More Empathetic than Humans?* (arXiv:2403.05572). arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2403.05572>
- Yin, Y., Jia, N., & Wakslak, C. J. (2024). AI can help people feel heard, but an AI label diminishes this impact. *PNAS: Proceedings of the National Academy of Sciences*, 121(14), 1–9. <https://doi.org/10.1073/pnas.2319112121>

