

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka

Kegiatan tinjauan pustaka adalah aktivitas yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi dan data ilmiah, yang mencakup teori, metode, atau pendekatan yang pernah ada dan telah tercatat dalam bentuk buku, jurnal, naskah, serta catatan yang ada di perpustakaan. Tinjauan pustaka sendiri dapat diartikan sebagai semua bahan bacaan yang mungkin sudah dibaca dan dianalisis, baik yang telah diterbitkan maupun hanya sekadar menjadi koleksi pribadi. Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa tinjauan pustaka adalah proses pengumpulan data yang berhubungan dengan dasar teori yang akan digunakan dalam menganalisis objek penelitian (Aprilyada et al., 2023).

Interaksi antara manusia dan Kecerdasan Buatan (AI) menjadi hal yang sangat signifikan di era digital, terutama ketika AI digunakan sebagai sarana komunikasi yang memungkinkan individu untuk berbagi perasaan dan pengalaman pribadi. Fenomena berbagi cerita melalui ChatGPT menunjukkan bahwa teknologi berfungsi lebih dari sekadar alat, tetapi juga sebagai ruang sosial dan emosional yang memengaruhi cara pandang serta pengalaman pengguna. Tinjauan pustaka memiliki peranan penting sebagai dasar konseptual yang membantu peneliti memperoleh pemahaman yang mendalam tentang fenomena ini.

Tinjauan pustaka tidak hanya menyajikan literatur yang relevan, tetapi juga melakukan analisis kritis dan sintesis untuk menempatkan penelitian baru dalam konteks penelitian yang sudah ada sebelumnya (Hart, 2022).

Selain itu, kajian pustaka membantu peneliti menentukan batasan permasalahan, memilih kerangka teoritis yang tepat, serta mengidentifikasi gap penelitian yang ada. Dalam konteks penelitian tentang fenomena curhat melalui ChatGPT, kajian pustaka memungkinkan pemahaman bagaimana pengguna menafsirkan respons AI, membentuk pola komunikasi digital, dan bagaimana pengalaman ini memengaruhi persepsi sosial dan emosional pengguna terhadap teknologi. Kajian pustaka juga menegaskan relevansi penelitian ini dalam konteks literatur terbaru mengenai komunikasi digital dan AI, sekaligus memberikan dasar konseptual yang kuat untuk analisis empiris yang akan dilakukan (Ebidor & Ikhida 2024).

2.1.1 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu

2.1.1.1 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu 1

Syafawani, R., Armilus, R., Anggreta, D. K., Amin, L., & Dzulkarnain, M. F. (2025). Fenomena Curhat ke AI: Tinjauan Sosiologi Digital Terhadap Pergeseran Interaksi Sosial di Indonesia. *Jurnal Sosial Dan Sains*, 849. <http://sosains.greenvest.co.id>

Penelitian sebelumnya yang relevan dengan studi ini adalah sebuah karya berjudul "Fenomena Curhat kepada AI: Tinjauan Sosiologi Digital terkait Pergeseran Interaksi Sosial di Indonesia," yang diterbitkan dalam Jurnal Sosial dan Sains pada tahun 2025 (Syafawani et al., 2025). Studi ini didasari oleh munculnya praktik baru dalam budaya digital, khususnya kecenderungan orang untuk menjadikan chatbot AI seperti ChatGPT sebagai tempat untuk berbagi perasaan dan masalah pribadi. Perubahan ini dipahami sebagai bagian dari evolusi interaksi

sosial, di mana teknologi tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu, tetapi juga telah menjadi sumber dukungan emosional. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang melibatkan delapan responden pengguna ChatGPT di Indonesia melalui wawancara semi-terstruktur dan pengamatan media sosial. Fokus studi ini adalah pada faktor-faktor yang mendorong penggunaan AI sebagai teman untuk curhat, pengaruh jangka panjang terhadap hubungan sosial, serta cara penggunaan yang seimbang dalam kerangka sosiologi digital. Hasil penelitian mengungkapkan beberapa faktor utama yang memotivasi individu untuk berbagi cerita dengan ChatGPT, yaitu sikap yang tidak menghakimi, kemampuan dalam memberikan validasi emosi, ketersediaan di seluruh waktu, dan rasa aman terhadap privasi.

Pengguna merasa lebih leluasa untuk menceritakan pengalaman mereka karena ChatGPT dianggap sebagai pendengar yang netral dan tidak memberikan tekanan sosial seperti yang sering dijumpai dalam hubungan interpersonal. Di samping itu, kemampuan AI dalam memberikan respons dengan bahasa yang empatik dan menenangkan menciptakan kesan bahwa pengguna dipahami secara emosional, meskipun interaksi ini didasarkan pada algoritma.

Aspek privasi juga menjadi faktor penting. Responden dalam penelitian ini menganggap ChatGPT sebagai pilihan yang lebih aman karena tidak terkait dengan jaringan sosial mereka, sehingga mengurangi risiko penyebaran rahasia atau gosip. Dari sudut pandang kedekatan digital, situasi ini menciptakan hubungan emosional yang berbasis anonimitas, di mana rasa aman menjadi dasar keterikatan antara manusia dan mesin.

Namun, studi ini juga mengungkapkan dampak jangka panjang dari ketergantungan pada AI sebagai teman curhat. Ketergantungan yang berlebihan dapat memperlebar jarak sosial antar individu, memicu ketergantungan emosional, mempengaruhi pemahaman tentang hubungan sosial, dan meningkatkan kemungkinan kebocoran data. Fenomena ini diistilahkan sebagai atomisasi digital, yaitu penurunan intensitas hubungan interpersonal akibat pergeseran cara berinteraksi menuju ruang virtual yang berbasis algoritma.

Secara teoritis, penelitian ini menggabungkan teori jarak sosial dari Georg Simmel dengan konsep kedekatan digital untuk menjelaskan bagaimana kedekatan emosional dapat terbangun tanpa kehadiran fisik, melainkan melalui konsistensi dalam respons, kestabilan interaksi, dan persepsi keamanan dalam komunikasi digital. Studi ini menegaskan bahwa berkurangnya kecenderungan untuk berbagi dengan AI bukan hanya praktik komunikasi yang baru, tetapi juga menggambarkan perubahan dalam struktur sosial dan psikologis masyarakat digital di Indonesia.

Dengan demikian, penelitian ini menjadi landasan penting untuk kajian mengenai Interaksi Komunikasi Pengguna dengan ChatGPT melalui Curhat Digital serta Proses Pembentukan Keterikatan Emosional, khususnya dalam memahami faktor yang membangun rasa aman, dinamika pengungkapan diri, dan potensi terbentuknya keterikatan emosional dalam hubungan antara manusia dan AI.

2.1.1.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu 2

Fang, C. M., Liu, A. R., Danry, V., Lee, E., Chan, S. W. T., Pataranutaporn, P., Maes, P., Phang, J., Lampe, M., Ahmad, L., & Agarwal, S. (2025). *How AI and Human Behaviors Shape Psychosocial Effects of Extended*

Chatbot Use: A Longitudinal Randomized Controlled Study.
<http://arxiv.org/abs/2503.17473>

Penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik ini adalah kajian berjudul *“How AI and Human Behaviors Shape Psychosocial Effects of Chatbot Use”* (2025) (Fang et al., 2025) . Penelitian ini berasal dari peningkatan penggunaan chatbot berbasis AI seperti ChatGPT, yang tidak hanya digunakan untuk mendapatkan informasi, tetapi juga untuk berkomunikasi secara pribadi dengan aspek emosional. Kajian ini muncul dari kekhawatiran serta ketertarikan di ranah akademik mengenai bagaimana interaksi antara manusia dan AI dapat mempengaruhi dampak psikososial, termasuk perasaan keterhubungan, kesepian, dan kemungkinan ketergantungan secara emosional.

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei kepada pengguna aktif chatbot. Penelitian ini mengukur seberapa sering chatbot digunakan, alasan di balik interaksi, pandangan mengenai karakter AI (seperti empati dan respons), serta dampak psikososial yang dialami oleh pengguna. Tujuan utama studi ini adalah untuk memahami bagaimana interaksi antara perilaku pengguna (misalnya tingkat keterbukaan diri) dan karakteristik respons AI mempengaruhi pengalaman emosional mereka.

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan signifikan antara cara penggunaan chatbot dan kondisi psikososial pengguna. Pertama, interaksi yang bersifat emosional dan pribadi cenderung meningkatkan perasaan kedekatan dengan chatbot. Apabila pengguna merasakan bahwa AI memberikan respons yang empatik, mendukung, dan konsisten, mereka lebih cenderung merasakan

keterhubungan secara emosional. Kedua, penggunaan chatbot untuk mengatasi perasaan kesepian atau untuk mencari dukungan emosional dapat memberikan efek positif sementara berupa perasaan lega dan pengakuan. Namun, di sisi lain, penggunaan yang berlebihan dapat berhubungan dengan bertambahnya ketergantungan emosional dan berkurangnya interaksi sosial secara langsung.

Studi ini juga mengungkapkan bahwa pandangan “kemanusiaan” terhadap AI memainkan peran kunci dalam membentuk kedekatan emosional. Semakin pengguna menganggap chatbot sebagai entitas yang memahami dan peduli, semakin mendalam efek psikologis yang mereka alami baik positif maupun negatif. Hal ini menandakan bahwa desain respons AI yang menunjukkan empati dapat meningkatkan pengalaman emosional pengguna, meski hubungan tersebut bersifat satu arah dan dibangun berdasarkan algoritma.

Secara teoritis, penelitian ini menambah wawasan dalam diskusi tentang hubungan manusia dengan AI dengan menempatkan interaksi chatbot dalam konteks psikososial, bukan sekadar sebagai alat komunikasi. Penelitian ini menegaskan bahwa chatbot memiliki potensi untuk bertindak sebagai agen sosial baru dalam dunia digital, yang mampu memengaruhi kesejahteraan emosional, persepsi tentang kesepian, serta pola keterikatan pengguna.

Dalam konteks penelitian mengenai Interaksi Komunikasi Pengguna dengan ChatGPT melalui Curhat Digital dan Pembentukan Kedekatan Emosional, studi ini memberikan bukti empiris bahwa kedekatan emosional dengan AI bukan hanya sekadar pandangan pribadi, tetapi hasil dari kombinasi antara perilaku

keterbukaan pengguna dan respons empatik dari sistem. Dengan demikian, penelitian ini mendukung asumsi bahwa curhat digital kepada ChatGPT dapat merangsang pembentukan kedekatan emosional yang memiliki implikasi psikososial nyata dalam budaya komunikasi digital saat ini.

2.1.1.3 Tinjauan Penelitian Terdahulu 3

Haryadi, N. N. Y., & Purwanto. (2025). Personalisasi Akal Imitasi ChatGPT Sebagai Teman Curhat Muslimah Oleh Mahasiswa PAI UIN RM Said Surakarta. *Prosiding Nasional Pascasarjana IAIN Kediri*, 8, 107–126. <https://jurnalpascasarjana.iainkediri.ac.id/index.php/prosiding/article/view/3618>

Penelitian sebelumnya berjudul “Personalisasi Akal Imitasi ChatGPT Sebagai Teman Curhat Muslimah oleh Mahasiswa PAI UIN RM Said Surakarta” (Haryadi & Purwanto, 2025) dilatarbelakangi oleh kemajuan yang cepat dalam kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) yang kini bukan hanya berfungsi sebagai alat, tetapi juga berkembang menjadi agen komunikasi yang mampu meniru cara berpikir, gaya berbahasa, dan respons empatik layaknya manusia. Kehadiran model bahasa besar (*large language model/LLM*) semacam ChatGPT menciptakan bentuk komunikasi baru yang mirip dengan hubungan antarpribadi, yang mengarah pada fenomena pemanfaatan AI sebagai teman curhat, terutama di kalangan mahasiswa muslimah.

dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana mahasiswa muslimah di Program Studi Pendidikan Agama Islam memaknai interaksi mereka dengan ChatGPT dalam konteks sosial, emosional, dan spiritual. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Dalam aspek teoritis, penelitian ini memanfaatkan *Role-Playing Language Agent* (RPLA) untuk

menjelaskan bagaimana pengguna menciptakan persona AI sesuai dengan kebutuhan emosional mereka, serta teori *Beyond Human Communication* untuk mengamati pergeseran batas antara komunikasi manusia dan mesin yang menghasilkan relasi emosional yang tidak nyata. Selain itu, perspektif *Social Exchange Theory* juga dipakai untuk memahami dinamika tukar manfaat dan risiko dalam interaksi manusia dan AI.

Hasil penelitian mengungkapkan beberapa temuan signifikan. Pertama, ChatGPT dipandang sebagai ruang aman (*safe space*) yang bebas dari penilaian sosial, selalu ada, dan memberikan respons yang konsisten serta tidak menghakimi. Hal ini membuat mahasiswa muslimah merasa lebih nyaman untuk berbagi perasaan dengan AI ketimbang dengan manusia, terutama saat mereka menghadapi tekanan sosial atau kekhawatiran mengenai stigma. Kedua, personalisasi AI terjadi ketika pengguna, baik secara sadar maupun tidak, membentuk citra ChatGPT sebagai sosok yang “mengerti” serta “memahami”, yang mengarah pada terbentuknya kedekatan emosional yang didasarkan pada persepsi. Ketiga, interaksi yang mendalam dengan AI dapat menimbulkan dampak yang campur aduk, seperti mengurangi empati sosial, menimbulkan ketergantungan emosional, dan memudarkan batas antara ruang privat, sosial, dan spiritual.

Dalam pandangan islam, penelitian ini menilai ChatGPT sebagai akal imitasi, yaitu representasi kecerdasan buatan yang dapat berfungsi sebagai sarana untuk memperkuat hifz al-‘aql (menjaga akal) dan hifz al-nafs (menjaga jiwa), selama penggunaannya ditopang oleh niat yang baik dan kesadaran spiritual. Namun, ChatGPT tidak bisa menggantikan hubungan sosial nyata ataupun

hubungan spiritual vertikal dengan Tuhan. Oleh sebab itu, penelitian ini menggarisbawahi pentingnya literasi digital Islami agar mahasiswa bisa memposisikan AI dengan cara yang proporsional, etis, dan reflektif.

Secara umum, penelitian ini menekankan bahwa fenomena curhat kepada ChatGPT bukan sekadar praktik komunikasi digital biasa, melainkan merupakan elemen dari transformasi sosial, emosional, dan spiritual dalam kehidupan muslim kontemporer. Teknologi dipahami sebagai bukan hanya inovasi yang logis, tetapi juga sebagai tantangan moral yang membutuhkan kesadaran etis dalam penggunaannya.

Tabel 2.1 Matriks Penelitian Terdahulu 1

No	Item	Penelitian 1
1.	Nama, Tahun, Judul, Lembaga, Kota	Rufaidah Syafawani, Robi Armilus, Dian Kurnia Anggreta, Mochammad Lathif Amin, Muhammad Faizal Dzulqarnain 2025, <i>Fenomena Curhat ke AI: Tinjauan Sosiologi Digital terhadap Interaksi Sosial di Indonesia</i> , Jurnal Sosial dan Sains, Indonesia. <i>Pergeseran</i>
2.	Tujuan Penelitian	Menganalisis fenomena curhat kepada AI dalam perspektif sosiologi digital, mengidentifikasi faktor pendorong penggunaan AI sebagai teman curhat, serta memahami dampaknya terhadap relasi sosial.
3.	Pendekatan Penelitian	Kualitatif deskriptif dengan metode wawancara semi-terstruktur dan observasi media sosial terhadap 8 pengguna ChatGPT di Indonesia.
4.	Teori	Teori Jarak Sosial (Georg Simmel) dan konsep Digital Intimacy.
5.	Hasil	(1) AI dipersepsikan sebagai ruang aman, non-judgmental, dan selalu tersedia. (2) Faktor kelelahan sosial dan kebutuhan validasi emosional mendorong individu curhat ke AI. (3) Terbentuk kedekatan emosional berbasis algoritma yang berpotensi menimbulkan ketergantungan dan atomisasi sosial.

6.	Perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan	Persamaan: Sama-sama membahas curhat digital dan kedekatan emosional dengan ChatGPT. Perbedaan: Penelitian ini menggunakan perspektif sosiologi digital dan teori jarak sosial, sedangkan penelitian yang akan dilakukan lebih fokus pada proses interaksi komunikasi dan pembentukan kedekatan emosional melalui dinamika komunikasi.
7.	Kritik	Penelitian lebih menekankan dampak sosial makro dan belum mendalami proses komunikasi mikro (misalnya pola self-disclosure, atribusi empati, dan tahapan pembentukan kedekatan emosional secara komunikatif).

Sumber : Syafawani et al., (2025).

Tabel 2.2 Matriks Penelitian Terdahulu 2

No	Item	Penelitian 2
1.	Nama, Tahun, Judul, Lembaga, Kota	Cathy Mengying Fang, Auren R. Liu ¹ , Valdemar Danry, Eunhae Lee Samantha W.T. Chan ¹ , Pat Pataranutaporn, Pattie Maes Jason Phang, Michael Lampe, Lama Ahmad ² , Sandhini Agarwal ² 2025, <i>How AI and Human Behaviors Shape Psychosocial Effects of Chatbot Use</i> , dipublikasikan dalam jurnal internasional (Fang et al., 2025).
2.	Tujuan Penelitian	Menganalisis bagaimana perilaku pengguna dan karakteristik respons AI memengaruhi dampak psikososial penggunaan chatbot, termasuk keterhubungan emosional, kesepian, dan ketergantungan.
3.	Pendekatan Penelitian	Kuantitatif dengan metode survei terhadap pengguna aktif chatbot; menggunakan pengukuran intensitas penggunaan, motivasi, self-disclosure, dan persepsi empati AI.
4.	Teori	Kerangka psikososial dalam Human–AI Interaction; konsep perceived empathy, social connectedness, dan anthropomorphism (atribusi sifat manusia pada AI).

5.	Hasil	(1) Interaksi personal dan emosional meningkatkan persepsi kedekatan dengan chatbot. (2) Respons empatik AI memberi efek validasi dan mengurangi kesepian dalam jangka pendek. (3) Intensitas penggunaan tinggi berpotensi meningkatkan ketergantungan emosional dan mengurangi interaksi sosial langsung.
6.	Perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan	Persamaan: Sama-sama membahas kedekatan emosional dan dampak interaksi dengan chatbot. Perbedaan: Penelitian ini bersifat kuantitatif dan fokus pada dampak psikososial, sedangkan penelitian yang akan dilakukan lebih menitikberatkan pada proses interaksi komunikasi curhat digital dan pembentukan kedekatan emosional secara kualitatif.
7.	Kritik	Penelitian lebih menekankan aspek pengukuran dampak psikologis dan belum mengeksplorasi secara mendalam dinamika komunikasi dalam percakapan (misalnya tahapan self-disclosure, selective self-presentation, dan proses pembentukan intimacy secara komunikatif).

Sumber : Fang et al., (2025)

Tabel 2.3 Matriks Penelitian Terdahulu 3

No	Item	Penelitian Terdahulu 3
1.	Nama, Tahun, Judul, Lembaga, Kota	Yaniz Naura Naviana Haryadi & Purwanto “ <i>Personalisasi Akal Imitasi ChatGPT Sebagai Teman Curhat Muslimah oleh Mahasiswa PAI UIN RM Said Surakarta.</i> ” Prosiding Pascasarjana IAIN Kediri. Lembaga peneliti: UIN Raden Mas Said Surakarta. Kota: Surakarta, Jawa Tengah (Haryadi & Purwanto, 2025).
2.	Tujuan Penelitian	Menganalisis bagaimana mahasiswa muslimah Program Studi Pendidikan Agama Islam memaknai interaksi dengan ChatGPT sebagai teman curhat dalam konteks sosial, emosional, dan spiritual.
3.	Pendekatan Penelitian	Kualitatif dengan metode fenomenologi, berfokus pada pengalaman subjektif mahasiswa muslimah dalam berinteraksi dengan ChatGPT.
4.	Teori	<i>Role-Playing Language Agent (RPLA)</i> , <i>Beyond Human Communication</i> , serta <i>Social Exchange Theory</i> untuk menjelaskan personalisasi AI, relasi emosional manusia mesin, dan dinamika manfaat-risiko dalam interaksi.

5.	Hasil	(1) ChatGPT dipersepsikan sebagai ruang aman (safe space) yang tidak menghakimi dan selalu tersedia. (2) Terjadi personalisasi AI sehingga terbentuk kedekatan emosional berbasis persepsi. (3) Interaksi intens berpotensi menurunkan empati sosial, menimbulkan ketergantungan emosional, dan mengaburkan batas privat–spiritual. Dalam perspektif Islam, ChatGPT dipahami sebagai <i>akal imitasi</i> yang dapat menjadi wasilah menjaga hifz al-‘aql dan hifz al-nafs jika digunakan secara etis.
6.	Perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan	Persamaan: Sama-sama membahas interaksi pengguna dengan ChatGPT sebagai media curhat dan pembentukan kedekatan emosional. Perbedaan: Penelitian ini berfokus pada mahasiswa muslimah PAI dan menggunakan perspektif etika Islami, sedangkan penelitian yang akan dilakukan lebih menitikberatkan pada proses komunikasi dan pembentukan kedekatan emosional secara umum melalui perspektif teori komunikasi (misalnya Hyperpersonal CMC/HMC) tanpa batasan subjek keagamaan tertentu.
7.	Kritik	Penelitian ini masih terbatas pada subjek mahasiswa muslimah sehingga ruang lingkupnya kurang luas. Selain itu, pembahasan lebih menekankan aspek spiritual dibandingkan analisis komunikasi secara mendalam.

Sumber : Naura Naviana Haryadi (2025).

2.2 Kerangka Pemikiran

Penelitian berasal dari pemikiran peneliti, dan pemikiran ini membantu menjelaskan mengapa faktor-faktor tertentu penting dalam penelitian. Peneliti menjelaskan gagasan utama penelitian dengan menggabungkan berbagai teori dan permasalahan yang menjadi bagian dari penelitian.

2.2.1. Kerangka Teoritis

2.2.1.1. Tinjauan Ilmu Komunikasi

2.2.1.1.1 Definisi Komunikasi

Communication is the way people share meaning with each other. There are some parts of this idea that need to be explained. The word "process" shows that communication involves a sender, a message, and a receiver. When the receiver gives some kind of response, it creates an exchange between the people involved. Komunikasi adalah cara orang berbagi makna satu sama lain. Ada beberapa bagian dari gagasan ini yang perlu dijelaskan. Kata "proses" menunjukkan bahwa komunikasi melibatkan pengirim, pesan, dan penerima. Ketika penerima memberikan respons, hal itu menciptakan pertukaran di antara orang-orang yang terlibat. Selanjutnya dinyatakan bahwa: *Communications is a technology system used to send information from one place to another. Examples of communication systems are phones, cables, TV, fiber optics, and the internet.* Alat komunikasi adalah sebuah sistem teknologi yang digunakan untuk mengirim dan menerima informasi. Contohnya seperti telepon, kabel, televisi, jaringan optik, dan internet.

Menurut pendekatan teoritis dan praktis, komunikasi merupakan hal yang sangat penting dan tidak terpisahkan dari kehidupan manusia karena merupakan proses berbagi makna dengan orang lain. Komunikasi dengan mudah dipahami sebagai sebuah aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan pesan (Sugiyono & Lestari, 2024a)

Komunikasi adalah hal penting dalam hidup manusia. Setiap hari, kita berbicara dengan berbagai orang dan memiliki tujuan berbeda. Komunikasi bisa berjalan baik ketika pengirim dan penerima pesan memahami satu sama lain. Komunikasi dikatakan efektif jika pesan yang disampaikan oleh pengirim diterima dengan benar, tanpa ada penambahan atau pengurangan maknanya. Sebuah komunikasi dianggap berhasil jika tujuan pengirim tercapai setelah pesannya sampai kepada penerima. Tujuan itu bisa berupa perubahan sikap, pandangan, atau hal-hal lainnya (Ivana & Kurniawati, 2023).

2.2.1.1.2 Prinsip Komunikasi

Prinsip-prinsip komunikasi adalah dasar timbulnya komunikasi yang efektif. Prinsip-prinsip inilah yang menjadi dasar utama dalam melakukan komunikasi dengan orang sekitar, individu, maupun dalam kelompok. Prinsip-prinsip komunikasi dibedakan menjadi 5 prinsip (Mehl, 2017), yaitu: sadar, verbal, nonverbal, dengar dan tanggap.

a. Sadari komunikasi dengan diri sendiri dan orang lain

Komunikator yang baik adalah mereka yang menyadari dan berpikir saat berinteraksi, baik dengan diri sendiri maupun dengan orang lain. Di sisi

lain, komunikasi yang tidak baik, yaitu berbicara tanpa refleksi atau kesadaran, dapat menyebabkan penyesalan di kemudian hari. Dalam kehidupan sehari-hari, kita sering melihat orang-orang berbicara dengan semangat yang tinggi tetapi tampak marah. Hal ini dapat mempengaruhi cara orang lain melihat dan memahami diri kita. Saat berkomunikasi, penting untuk mengenali dan memahami diri kita sendiri agar semua yang kita sampaikan berjalan dengan baik.

b. Gunakan dan tafsirkan pesan verbal dengan baik.

Pesan verbal dibuat melalui bahasa. Bahasa terdiri atas simbol dan tata bahasa yang memungkinkan orang untuk saling memahami. Simbol tersebut mencakup kata-kata, suara, gerakan tubuh, atau gambar yang merepresentasikan pemikiran, konsep, objek, dan pengalaman. Misalnya, saat membaca, kita mencari simbol yang memberikan arti pada kalimat yang kita baca. Kemampuan membaca membantu kita memahami simbol-simbol tersebut. Penting untuk diingat bahwa kata-kata memiliki kekuatan dalam menggambarkan kepribadian seseorang dan dapat digunakan untuk menjelaskan dan mempengaruhi orang lain melalui pesan yang kita sampaikan. Pilihan kata yang kita gunakan untuk merepresentasikan diri dan lingkungan kita dapat memberikan dampak yang signifikan, baik bagi diri sendiri maupun bagi orang lain.

c. Gunakan dan pahami makna pesan non-verbal dengan baik.

Pesan juga bisa disampaikan secara tidak langsung. Komunikasi nonverbal mencakup cara berkomunikasi yang tidak menggunakan kata-kata tertulis atau lisan, tetapi tetap membangun makna bagi individu. Pesan nonverbal juga dapat berfungsi untuk menyampaikan gagasan atau mengungkapkan perasaan yang bisa memberikan pengaruh lebih besar dibandingkan hanya dengan kata-kata. Tidak semua sinyal nonverbal dapat dipahami dengan mudah. Misalnya, ketika seseorang sedang makan dan mengatakan bahwa makanan itu lezat, tetapi raut wajahnya terlihat datar. Penonton dapat memahami bahwa sebenarnya makanan itu kurang enak. Seorang komunikator yang handal mampu mengasah kemampuan dalam memahami pesan nonverbal yang disampaikan kepada orang lain. Penggunaan sinyal nonverbal harus tepat agar orang lain dapat memahami maksud dan tujuan dari pesan yang ingin disampaikan.

d. Dengarkan dan berikan respons kepada orang lain dengan sungguh-sungguh

Mendengarkan adalah keterampilan penting dalam komunikasi, tetapi penelitian menunjukkan bahwa banyak orang tidak mendengarkan dengan baik. Hal ini sering disebabkan oleh berbagai kendala yang menghalangi pemahaman informasi dengan tepat. Mendengarkan orang lain secara baik dapat membantu menjaga reputasi seseorang sebagai pendengar yang handal. Dengan mendengarkan dan memberikan respons dengan baik, seseorang menunjukkan

kepedulian terhadap orang lain, karena lebih fokus pada orang lain dibandingkan dirinya sendiri.

e. Sesuaikan pesan secara tepat kepada orang lain

Sebagai seorang komunikator yang efektif, penting untuk memperhatikan pesan yang akan disampaikan dengan menyesuaikan diri kepada pihak yang diajak berbicara. Ketika seseorang menyesuaikan pesan yang ingin disampaikan, kita secara otomatis membuat langkah terbaik dalam merumuskan isi dan cara penyampaian pesan, serta memberikan respons kepada orang lain untuk mencapai tujuan komunikasi. Komunikator yang sukses tidak hanya mendengarkan dan merespon dengan penuh perhatian, tetapi juga memanfaatkan informasi yang telah dikumpulkan untuk menyusun pesan dan memberikan respons yang tepat kepada orang lain.

2.2.1.1.3 Fungsi Komunikasi

William I. Gordon menyarankan empat peran komunikasi yang meliputi:

1. Interaksi dengan Orang Lain

Manusia selalu terlibat dalam proses komunikasi sepanjang hidupnya. Ketika individu terputus sepenuhnya dari interaksi dengan dunia luar dan tidak dapat berkomunikasi, hal ini dapat menyebabkan risiko kematian atau setidaknya menyebabkan penderitaan yang berat.

2. Kejelasan Ekspresi

Seseorang dapat berlatih mengungkapkan diri baik dalam kelompok maupun secara individual. Komunikasi ekspresif dapat digunakan oleh individu sampai pada tahap di mana ia berfungsi sebagai sarana untuk menyalurkan perasaan.

3. Komunikasi Ritual

Metode komunikasi yang dibangun dalam perspektif ritual merupakan upacara yang dianggap suci, di mana semua orang secara kolektif berkumpul dan menjalin hubungan.

4. Komunikasi Instrumental

Jenis komunikasi ini bertujuan untuk memengaruhi, memberikan dorongan, meyakinkan, atau bisa juga dikategorikan sebagai komunikasi persuasif. Dalam konteks ini, komunikasi memiliki dampak yang positif ketika digunakan untuk tujuan baik, seperti memberikan informasi bahwa merokok dapat membahayakan kesehatan (Karyaningsih, 2018).

2.2.1.2 Tinjauan Public Relations

2.2.1.2.1 Definisi Public Relations

Hubungan Masyarakat atau yang sering disebut sebagai humas, adalah bagian dari manajemen yang menilai pandangan publik, mengenali kebijakan serta prosedur suatu individu atau organisasi berdasarkan kepentingan masyarakat, serta melaksanakan program untuk memperoleh pemahaman dan penerimaan dari publik. Prosedur yang dilakukan oleh individu atau organisasi juga didasarkan pada

kepentingan masyarakat serta pelaksanaan program untuk mencapai pemahaman dan penerimaan publik (Rosalinda et al., 2022).

Public Relations atau biasa dikenal sebagai hubungan masyarakat (humas), adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur individu atau organisasi berdasarkan kepentingan publik, dan melakukan program untuk mendapatkan pemahaman dan penerimaan publik. Prosedur seseorang atau organisasi berdasarkan kepentingan publik dan pelaksanaan program untuk mendapatkan pemahaman dan penerimaan publik (Rosalinda et al., 2022).

Humas (*Public Relations*) memiliki peran yang sangat krusial dalam suatu organisasi, terutama saat organisasi tersebut sering bersentuhan dengan masyarakat umum. Ini disebabkan karena humas berfungsi sebagai jembatan yang berkomunikasi secara serius dengan publik. Humas berpengaruh dalam menciptakan citra positif organisasi di mata masyarakat, serta menjalin hubungan yang baik (Rosalinda et al., 2022).

2.2.1.2.2 Tujuan Public Relations

Public Relations (PR) merupakan fungsi strategis dalam organisasi yang memiliki peran penting untuk membangun dan memelihara hubungan dengan publik. Menurut (Ruslan, 2020) Tujuan PR meliputi beberapa aspek utama. Pertama, PR bertujuan menciptakan dan mempertahankan citra positif organisasi di mata publik, baik internal maupun eksternal, sehingga reputasi organisasi tetap terjaga. Kedua, PR

membantu menciptakan pemahaman bersama (*mutual understanding*) antara organisasi dan publik agar publik mengetahui tujuan, nilai, serta kegiatan organisasi, sementara organisasi juga dapat memahami aspirasi publik.

Selain itu, PR juga berfungsi sebagai alat untuk mengelola isu dan masalah yang mungkin timbul, sehingga organisasi dapat merespons kritik, konflik, atau krisis secara tepat dan terencana. Lebih jauh, PR mendukung manajemen strategis organisasi dengan memastikan bahwa kebijakan, keputusan, dan tindakan organisasi selaras dengan kebutuhan dan persepsi publik. Terakhir, PR juga berperan dalam membangun pengenalan organisasi atau layanan kepada publik, meningkatkan brand awareness, dan memperkuat hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan. Dengan demikian, tujuan PR tidak hanya terbatas pada komunikasi rutin, tetapi juga mencakup manajemen hubungan dan reputasi organisasi secara strategis.

2.2.1.2.3 Peran Public Relations

Menurut Blom&Glen dalam (Ruslan, 2020) fungsi public relations terbagi menjadi empat kategori dalam suatu perusahaan sebagai berikut:

- a. Sebagai Penasehat Ahli (*Expert Prescriber*).

Peran seorang profesional public relations dalam menangani berbagai masalah dengan publiknya selalu menemukan jalan keluar berdasarkan pengalaman dan keterampilan yang dimilikinya.

- b. Berperan Sebagai Fasilitator Komunikasi (*Communication Facilitator*).

Peranan seorang praktisi hubungan masyarakat berfungsi sebagai penghubung untuk mempermudah manajemen, yang menunjukkan bahwa praktisi hubungan masyarakat harus memahami harapan dan keinginan publiknya.

c. **Membangun Peran Fasilitator dalam Proses Penyelesaian Masalah**

Dalam konteks ini, peran praktisi hubungan masyarakat dirancang untuk memberikan dukungan kepada pemimpin sebagai penasihat hingga saat pengambilan keputusan dalam mengatasi masalah yang dihadapi secara logis dan profesional.

d. **Peranan Teknisi Komunikasi.**

Peran sebagai teknisi komunikasi ini berbeda dari tiga peran hubungan masyarakat yang telah disebutkan sebelumnya, karena dalam peran ini praktisi hubungan masyarakat berfungsi layaknya jurnalis yang hanya fokus pada pemberian layanan teknik komunikasi.

2.2.1.2.4 fungsi Public Relations

Fungsi utama dari hubungan masyarakat adalah membangun dan memelihara hubungan yang baik antara organisasi atau perusahaan dengan publik, baik di dalam maupun di luar, untuk menanamkan pemahaman, meningkatkan motivasi, serta mendorong partisipasi publik dalam usaha membentuk opini publik yang positif bagi organisasi atau perusahaan. Menurut Djanalis Djanaid, ada dua peran public relations, yakni peran konstruktif dan peran korektif. Dalam peran konstruktif, public relations

mendorong organisasi atau perusahaan untuk melakukan semua aktivitas dengan terencana dan proaktif. Sementara itu, peran korektif dalam public relations bertujuan untuk mengatasi berbagai masalah yang dihadapi organisasi atau perusahaan yang berhubungan dengan publik.

Peran utama hubungan masyarakat adalah mendukung manajemen dalam mencapai tujuan organisasi atau perusahaan. Dengan komunikasi sebagai fokus utamanya, public relations menargetkan publik internal dan eksternal. Menurut pakar humas internasional Cutlip and Centre dan Canfield, fungsi public relations adalah:

- a. Mendukung kegiatan utama manajemen untuk mencapai tujuan bersama (fungsi ini terhubung dengan manajemen lembaga atau organisasi).
- b. Membangun hubungan yang harmonis antara badan atau organisasi dengan publik sebagai audiens yang dituju.
- c. Menggali pandangan, sudut pandang, dan reaksi masyarakat terhadap badan atau organisasi yang mewakilinya, atau sebaliknya.
- d. Memenuhi harapan masyarakat dan memberikan masukan kepada pimpinan manajemen untuk tujuan dan manfaat bersama.
- e. Membangun komunikasi yang saling menguntungkan, mengelola arus informasi publik serta pesan dari badan atau organisasi ke masyarakat, atau sebaliknya, demi mencapai citra yang positif bagi kedua belah pihak.
- f. Melalui penjelasan tentang fungsi humas, dapat disimpulkan bahwa tugas humas adalah untuk membangun, memelihara, dan mempertahankan citra

serta komunikasi yang baik dalam suatu perusahaan atau organisasi. Selain itu, humas juga bertugas untuk menjaga hubungan dengan masyarakat agar organisasi atau perusahaan tersebut tetap dikenal oleh publik.

- g. Menentukan yang berkaitan dengan pandangan, cara pandang, dan reaksi masyarakat terhadap lembaga atau organisasi yang diwakilinya, atau sebaliknya.
- h. Memenuhi keinginan publik dan memberikan masukan kepada pihak manajemen untuk kepentingan dan manfaat bersama.
- i. Membangun komunikasi yang saling berinteraksi, mengelola aliran informasi publik serta pesan dari lembaga atau organisasi kepada publiknya atau sebaliknya, demi mencapai citra positif bagi kedua belah pihak.
- j. Berdasarkan penjelasan tentang fungsi public relations, dapat disimpulkan bahwa tujuan dari public relations adalah membangun, menjaga, merawat, dan mempertahankan citra serta komunikasi yang baik baik untuk perusahaan maupun organisasi. Di samping itu, public relations juga perlu menjaga hubungan dengan masyarakat agar organisasi atau perusahaan tetap dikenal oleh publik (Armayanti & Pramana 2021).

2.2.1.3 Tinjauan Teori

2.2.1.3.1 Definisi *Human Mechine Communication* (HMC)

Perkembangan teknologi kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) telah membawa perubahan signifikan dalam cara manusia berkomunikasi. Selama beberapa

dekade, kajian mengenai AI dan kajian komunikasi berkembang secara terpisah. Penelitian tentang AI lebih berfokus pada upaya mereplikasi kecerdasan manusia dalam mesin, termasuk kemampuan memahami bahasa dan berinteraksi. Sebaliknya, ilmu komunikasi secara tradisional memandang komunikasi sebagai proses yang terjadi antar manusia, dengan teknologi hanya berfungsi sebagai media atau perantara dalam penyampaian pesan (Guzman & Lewis, 2020).

Untuk memahami fenomena tersebut, para peneliti mengembangkan perspektif *Human–Machine Communication* (HMC). Perspektif ini memandang bahwa komunikasi antara manusia dan mesin merupakan bentuk interaksi komunikasi yang unik dan perlu dikaji secara khusus dalam ilmu komunikasi. Dalam kerangka HMC, mesin dipandang bukan sekadar teknologi pasif, tetapi sebagai entitas yang dapat berpartisipasi dalam proses komunikasi melalui produksi pesan, respons interaktif, dan kemampuan pemrosesan bahasa. Dengan demikian, hubungan antara manusia dan teknologi menjadi lebih kompleks karena manusia dapat memperlakukan mesin sebagai mitra komunikasi (Guzman & Lewis, 2020).

2.2.1.3.2 Definisi Fenomenologi

fenomenologi merupakan pendekatan untuk memahami realitas. Pemahaman ini dibangun berdasarkan perspektif individu-individu sosial yang mengalami kejadian dalam hidup mereka. Pemahaman yang diperoleh di tingkat pribadi adalah konstruksi pribadi dari realitas atau penciptaan subjektivitas.

Asumsi dasar fenomenologi adalah bahwa manusia secara aktif menafsirkan pengalaman mereka, memberikan makna terhadap apa yang mereka alami. Oleh karena itu, interpretasi adalah proses aktif yang memberikan arti pada pengalaman manusia. Dengan kata lain, pemahaman merupakan tindakan kreatif yang mengarah pada proses pemberian makna. Fenomenologi yang diusulkan oleh Husserl di awal abad ke-20 menekankan kepada dunia yang memperlihatkan dirinya kepada kita sebagai manusia. Tujuan dari fenomenologi adalah untuk kembali pada objek itu sendiri sebagaimana mereka muncul kepada kita, serta menyingkirkan atau mengabaikan pengetahuan yang telah kita miliki tentang mereka. Dengan kata lain, fenomenologi fokus pada pengalaman manusia terhadap dunia dalam konteks dan waktu yang spesifik, bukan sekadar pernyataan umum tentang alam dunia. Selanjutnya, berikut adalah langkah-langkah penelitian fenomenologi menurut Husserl (Nurhadi, 2015).

Fenomenologi pada intinya adalah cara untuk mengamati dan mempertimbangkan berbagai bentuk fenomena yang muncul di dunia, terutama dalam konteks kesadaran. Masalah yang menarik dan dinamis adalah bahwa fenomena itu muncul dalam setiap kesadaran individu. "Muncul dan menampilkan. "

Kata fenomena berasal dari bahasa Yunani "*phainomenon*," yang berarti "apa yang dapat dilihat," dan dalam Bahasa Indonesia, dapat diartikan sebagai gejala alam serta peristiwa-peristiwa yang bisa dirasakan dan dilihat dengan indra. Ini menunjukkan bahwa fenomena adalah segala sesuatu yang bisa dilihat, diperhatikan, dan dipahami sebagai bagian dari kehidupan manusia (Rorong, 2020).

Stanley Deetz merangkum tiga prinsip dasar fenomenologis di bawah ini :

- a. Pengetahuan diperoleh secara langsung melalui pengalaman yang kita sadari. Kita akan memahami dunia saat kita terlibat dengan pengalaman tersebut.
- b. Arti suatu benda terletak pada pengaruh benda itu dalam kehidupan seseorang. Cara kita berinteraksi dengan benda menentukan maknanya bagi kita.
- c. Bahasa berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan makna. Kita merasakan dunia melalui bahasa yang dipakai untuk mendeskripsikan dan mengungkapkan dunia tersebut (Nurhadi, 2015).

2.2.1.3.3 Fenomenologi Alfred Schutz

Memahami metodologi fenomenologi akan semakin terang jika kita merujuk pada pemikiran Schutz. Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, ia merupakan pelopor dalam memisahkan penelitian sosial dari pendekatan positivistik yang ada sebelumnya. Meskipun Husserl dikenal sebagai pendiri fenomenologi, Schutz adalah individu pertama yang mengaplikasikan fenomenologi dalam bidang penelitian sosial. Karena itulah, dalam diskusi mengenai metodologi fenomenologi, Schutz memiliki posisi utama yang tidak terelakkan. Selain itu, melalui pandangan Schutz, gagasan-gagasan Husserl yang dianggap abstrak pada waktu itu bisa lebih dipahami.

Schutz memulai pemikirannya dengan menyatakan bahwa subjek penelitian dalam ilmu sosial secara mendasar berkaitan dengan cara kita menginterpretasikan kenyataan. Oleh karena itu, sebagai peneliti sosial, kita harus mampu memberikan tafsiran tentang realitas yang ada. Individu-individu saling terhubung satu sama lain dalam proses penciptaan interpretasi tersebut. Tugas peneliti sosial adalah untuk menyajikan penjelasan ilmiah mengenai proses ini (Kuswarno, 2009).

Menurut Schutz, manusia pada dasarnya adalah makhluk sosial, dan oleh karena itu, sadar akan aktivitas dan pengalaman kehidupan sehari-hari merupakan kesadaran sosial. Sangat penting bagi individu untuk memahami satu sama lain dan berfungsi dalam persepsi bersama tentang realitas. Schutz menyoroti bahwa individu menghasilkan signifikansi di luar pertemuan pertama melalui tindakan menetik. Melalui proses menetik, individu memperoleh kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan eksternal dan menganggap diri mereka sebagai individu yang secara efektif melaksanakan tanggung jawab mereka dalam skenario yang khas. Schutz adalah individu yang bertanggung jawab untuk memperkenalkan fenomenologi ke dalam ranah ilmu sosial, sehingga menjadikan fenomenologi sebagai karakteristik yang menentukan dari ilmu-ilmu sosial yang bertahan hingga saat ini.

Teori fenomenologi Alfred Schutz berpusat pada aktivitas sosial, yang menggabungkan gagasan "*in-order-to-motive*" dan "*because-motive*". Schutz mengamati bahwa para aktor memperoleh makna subjektif bukan dari dunia mereka sendiri, tetapi dari dunia sosial yang menumbuhkan kesamaan dan rasa persatuan.

2.2.1.3.3.1 Motif

Motif merupakan konsep yang mencakup semua keinginan, alasan, atau dorongan dalam diri seseorang yang mendorong tindakan manusia. Setiap perilaku individu pada dasarnya dipengaruhi oleh motif. Motif bisa berfungsi baik secara sadar maupun tidak sadar. Untuk memahami perilaku manusia dengan lebih baik, penting untuk mengetahui apa yang memotivasi mereka dan bagaimana hal tersebut berfungsi. Motif manusia terdiri dari kebutuhan, keinginan, dan dorongan internal yang mendorong aktivitas. Motif melahirkan tujuan dan arah perilaku manusia. Motif berkaitan dengan gerakan, yaitu tindakan atau perilaku manusia.

Menurut Alfred Schutz, motif adalah alasan atau rangsangan yang membuat seseorang melakukan sesuatu dan berperilaku dengan cara tertentu, serta terdapat dua kategori motif, yaitu:

- a. Motif (*in order to motives*) “Untuk”, diartikan sebagai tujuan yang mencakup niat, rencana, dan harapan.
- b. Motif (*because motives*) “Karena”, berkaitan dengan pengalaman individu sebelumnya, karena berhubungan dengan masa lalu (Kuswarno, 2009).

2.2.1.3.4. Fenomenologi Edmund Husserl

Husserl menggambarkan fenomenologi sebagai sebuah arah transendental. Ia menolak pendekatan "*idealisme transendental*" yang diusulkan oleh Kant, untuk menyelidiki kemungkinan-kemungkinan dari keadaan "kesadaran dan pengetahuan",

serta untuk menemukan realitas yang tersembunyi di balik fenomena. Pencarian ini membawanya pada metode *epoché* (yang berasal dari bahasa Yunani, yang berarti menjauh dari keyakinan). Definisi fenomenologi menurut Husserl adalah *the science of the essence of consciousness* atau ilmu pokok ingatan. Pokok fikiran Husserl terkait fenomenologi yaitu fenomenologi adalah Fenomena kenyataan itu sendiri muncul, dan tanpa batas antara subjek dan kenyataan, dalam fenomenologi Kesadaran adalah sesuatu yang disengaja, dan ada keterlibatan diantara aktivitas berpikir dan objek yang direalisasikan (Kuswarno, 2009).

Menurut Husserl, fenomenologi memiliki bagian-bagian konseptual sebagai berikut:

1. Kesengajaan (*Intentionality*)

Ide mengenai kesengajaan yang diusung oleh Husserl sebenarnya bukanlah sesuatu yang baru dalam dunia filsafat. Konsep ini bisa ditelusuri hingga pemikiran Aristoteles, atau saat dimulainya diskusi tentang filsafat dan pengetahuan, berabad-abad sebelum Husserl lahir. Sebagaimana diungkapkan oleh Aristoteles, kesengajaan mengacu pada arah pikiran terhadap objek tertentu. Husserl pertama kali menjumpai pemikiran ini dalam karya Brentano yang sangat mempengaruhinya, yang kemudian mendasari lahirnya fenomenologi. Namun, Husserl memiliki pandangan yang berbeda dari Brentano. Sementara Brentano

berpendapat bahwa objek harus selalu ada atau berwujud, Husserl berargumen bahwa objek bisa ada atau tidak ada (Kuswarno, 2009).

2. Noema dan Noesis.

Noema merujuk pada bentuk atau inti dari objek yang dikenali oleh pikiran kita. Saat kita mengalami sesuatu, seperti melihat sebuah pohon, noema adalah bentuk yang memberi arti pada pengalaman tersebut. Noesis adalah kegiatan kesadaran yang mengenali noema, yaitu proses mental yang memfokuskan perhatian pada objek dan memberi arti pada pengalaman itu.

3. Intuisi

Intuisi adalah kemampuan dasar yang memungkinkan kita untuk mengalami objek-objek secara langsung dalam kesadaran. Dengan intuisi, kita bisa mendapatkan pengetahuan langsung tentang objek-objek itu tanpa harus melalui proses berpikir atau pengamatan nyata. Intuisi menjadi metode utama untuk memahami realitas dalam fenomenologi transendental.

4. Intersubjektivitas

Intersubjektivitas merujuk pada interaksi antara kesadaran masing-masing individu dan kesadaran orang lain. Husserl menekankan bahwa pengalaman subjektif kita selalu terikat pada konteks sosial dan bahwa pemahaman tentang objek-objek dalam dunia juga melibatkan sudut pandang orang lain. Dengan kata lain, pengalaman dan pemahaman kita dipengaruhi oleh interaksi dan komunikasi dengan orang-orang di sekitar kita.

Pada dasarnya, perhatian Husserl terletak pada fenomenologi yang murni, hakikat, kesadaran yang asli, dan ego sejati dalam diri manusia. Tidak ada pernyataan yang jelas dan kebenaran yang ditetapkan terkait dengan kenyataan alam. Kant berpendapat bahwa untuk memahami sesuatu, kita harus mengandalkan intuisi. Objek yang berada di depan kita serta konsep tentang objek tersebut dalam pikiran saling terhubung melalui intuisi. Dalam fenomenologi transendental, objek menjadi fokus utama, yang sifat-sifatnya harus digambarkan dan bukan hanya dijelaskan. Sementara itu, tujuan dari penggambaran ini adalah untuk menangkap secara intuitif esensi dari objek yang ditambahkan dalam pengalaman (Kuswarno, 2009).

2.2.1.3.4.1 Pengalaman

Pengalaman adalah segala sesuatu yang melibatkan indera dan dirasakan oleh manusia di masa lalu. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, fenomenologi mengkaji pengalaman dari perspektif pribadi, termasuk dalam hal persepsi, ingatan, perasaan, imajinasi, hasrat, serta tindakan. Jenis pengalaman ini mencakup intensionalitas atau inti dari kesadaran, yaitu penyesuaian pengalaman terhadap hal-hal yang diwakilinya atau objek tertentu.

Dalam memahami pengalaman, fenomenologi menekankan pentingnya kesadaran, yaitu saat fenomena dipandang sebagai sesuatu yang terinternalisasi dalam kesadaran, termasuk aspek transenden, yang menunjukkan bahwa pengenalan terhadap suatu objek menunjukkan adanya objek eksternal dengan sifat yang berbeda dari pengalaman objek itu sendiri.

Pengalaman manusia mengenai objek akan berbeda satu sama lain, sehingga makna yang diberikan terhadap objek tersebut akan berbeda pula. Menurut Husserl, pengalaman manusia bersifat intersubjektif, artinya persepsi satu ego tentang objek menunjukkan bahwa objek itu hadir pula bagi ego-ego lain. Manusia senantiasa berada dalam lingkup intersubjektif, yakni dengan kesadarannya menghayati dunia bersama yang hadir bagi manusia lainnya. Dunia yang diamati, dipikirkan, dirasakan, dan dibayangkan merupakan dunia bersama, Husserl menyebutnya sebagai “*shared world*” (Adian, 2016).

2.2.1.3.4.2 Makna

Makna yang berkaitan dengan komunikasi merupakan suatu fenomena sosial yang melekat. Konsep makna dalam komunikasi tidak hanya melibatkan penafsiran atau pemikiran dari satu orang saja. Makna melibatkan berbagai elemen pemahaman yang dimiliki oleh pengirim pesan. Proses pembentukan makna adalah suatu aktivitas berpikir, dan setiap orang memiliki kemampuan untuk berpikir berdasarkan potensi dan kapasitas kognitif atau informasi yang mereka miliki. Walaupun objek yang dilihat adalah sama, maknanya akan berbeda untuk setiap orang. Makna menciptakan variasi dalam cara orang membangun pemahaman:

- a. Makna terikat pada manusia, bukan pada kata-kata. Manusia menggunakan kalimat untuk menyampaikan makna yang ingin diungkapkan, namun kalimat ini tidak pernah sepenuhnya atau secara utuh mencerminkan apa yang dimaksud. Begitu pula, pemahaman yang diperoleh pendengar dari

sebuah pesan mungkin sangat berbeda dengan makna yang sebenarnya ingin disampaikan.

- b. Makna dapat berubah, namun kata-kata cenderung tetap stabil. Banyak istilah yang digunakan antara 200 hingga 300 tahun yang lalu, tetapi arti dari istilah tersebut terus mengalami perubahan, terutama dalam hal emosi.
- c. Arti memerlukan konteks. Tidak semua bentuk komunikasi merujuk langsung pada dunia nyata, tetapi komunikasi hanya dapat diartikan jika terhubung dengan dunia luar atau lingkungan sekitar.
- d. Penggunaan singkatan secara berlebihan mengubah makna. Berkenaan dengan ide bahwa arti memerlukan konteks, terdapat juga masalah dalam komunikasi yang disebabkan oleh penggunaan singkatan berlebihan yang tidak merujuk pada konteks tertentu yang jelas. Singkatan perlu dihubungkan dengan benda, peristiwa, dan perilaku tertentu.
- e. Jumlah kosakata dalam suatu bahasa pada waktu tertentu ada batasnya, tetapi maknanya tidak terbatas, sehingga banyak frasa yang memiliki arti.
- f. Pemahaman yang didapat dari suatu kejadian memiliki banyak dimensi, namun hanya sedikit yang bisa digambarkan dalam praktik. Seluruh kata bersifat konvensional, sehingga tidak dapat langsung menyampaikan maknanya kepada orang yang membaca atau mendengarnya.

Selain itu, pembicara dengan tanpa sadar menciptakan pola arti dalam ungkapan yang mereka gunakan. Arti-arti ini secara eksternal mencerminkan hubungan dengan

konteks kehidupan serta latar belakang seseorang. Meskipun arti bisa diambil dari struktur kalimat, konteks tersebut dapat mengalami perubahan seiring berjalannya waktu. Istilah-istilah yang memiliki arti ganda tergantung pada tradisi dan kebudayaan yang ada (Kuswarno, 2009).

2.2.2 Kerangka Konseptual

2.2.2.1 Fenomena Curhat dengan ChatGPT

Curhat dengan ChatGPT merujuk pada praktik komunikasi yang dilakukan individu dengan memanfaatkan kecerdasan buatan berbasis percakapan sebagai media untuk menyampaikan perasaan, pengalaman, dan permasalahan personal. Dalam konteks ini, ChatGPT tidak hanya digunakan sebagai alat pencarian informasi, tetapi juga diposisikan sebagai lawan interaksi yang mampu memberikan respons secara tekstual. Fenomena tersebut menunjukkan adanya perubahan pola komunikasi di ruang digital, di mana interaksi interpersonal tidak lagi terbatas pada relasi antar manusia, melainkan melibatkan sistem kecerdasan buatan sebagai bagian dari praktik komunikasi sehari-hari.

Fenomena meningkatnya interaksi dengan Chatbot AI sebagai sahabat berbagi cerita ini tidak hanya menunjukkan kemajuan dalam teknologi, tetapi juga mencerminkan cara masyarakat menanggapi perubahan zaman yang mengedepankan efisiensi, kenyamanan, dan fleksibilitas. Dalam hal ini, penelitian sangat penting untuk mengeksplorasi lebih lanjut mengenai alasan di balik intensitas komunikasi manusia

dengan chatbot. Pemahaman ini bisa menjadi landasan untuk menciptakan teknologi chatbot yang tidak hanya memenuhi kebutuhan praktis, tetapi juga menghargai nilai-nilai sosial dan etika, sehingga dapat tetap mendukung interaksi manusia yang sehat dan berarti di tengah pengaruh teknologi yang besar (Yoseppin et al., 2025).

2.2.2.2 Interaksi Manusia Dan AI (*Artificial Intelligence*)

Kecerdasan buatan, yang telah ada selama lebih dari enam dekade, sekarang semakin memberikan keuntungan bagi masyarakat. Berbagai aplikasi yang menggabungkan kecerdasan buatan semakin banyak, sehingga dapat disimpulkan bahwa teknologi ini sekarang dapat diakses oleh banyak orang (Elmaresa & Irwansyah, 2025).

Perkembangan kecerdasan buatan telah menciptakan transformasi signifikan dalam berbagai aspek hidup manusia, terutama dalam cara orang berkomunikasi dan saling berinteraksi. Saat ini, AI banyak diterapkan di berbagai platform komunikasi, mulai dari chatbot untuk layanan pelanggan, asisten virtual seperti Siri dan Alexa, hingga algoritma di media sosial yang mempengaruhi interaksi pengguna di dunia maya. Selama beberapa dekade terakhir, teknologi ini berkembang dengan cepat, tidak hanya untuk mempermudah komunikasi tetapi juga secara langsung membentuk norma-norma baru dalam berkomunikasi. Namun, perubahan ini juga menghadirkan tantangan terkait dengan keaslian interaksi, ketergantungan individu pada sistem otomatis, serta dampaknya terhadap kemampuan berkomunikasi secara interpersonal (Misnawati et al., 2025).

2.2.2.2 Definisi Curhat

Arti pengungkapan diri adalah suatu bentuk komunikasi ketika seseorang menyampaikan informasi tentang dirinya yang biasanya dirahasiakan. Pengungkapan diri memiliki lima dimensi: jumlah, nilai, keakuratan dan kejujuran, niat, dan keintiman (Adisti Yuniarti et al., 2025), Lima dimensi pengungkapan diri tersebut adalah:

1) Jumlah (*Amount*)

Dimensi ini menekankan pada seberapa banyak informasi mengenai diri seseorang yang diketahui dan disadari. Orang-orang yang memiliki kesadaran diri yang tinggi biasanya memiliki pemahaman yang kuat tentang kekuatan, kelemahan, minat, serta nilai-nilai pribadi yang mereka anut. Dimensi ini bisa dinilai berdasarkan seberapa sering dan berapa lama mereka melakukan pengungkapan mengenai diri mereka.

2) Valensi (*Valence*)

Valensi adalah tentang reaksi emosional yang timbul akibat dari pengungkapan informasi diri. Valensi menggambarkan pengaruh atau arah emosi yang menyertai informasi yang dibagikan, baik itu positif atau negatif. Kesadaran diri dengan valensi yang positif bisa meningkatkan rasa percaya diri, harga diri yang tinggi, serta penerimaan terhadap diri sendiri. Namun, valensi yang negatif bisa menyebabkan ketidakpuasan dengan diri sendiri dan menurunnya harga diri.

3) Akurasi dan Kejujuran (*Accuracy and Honesty*)

Dimensi ini berhubungan dengan seberapa sesuai pandangan individu tentang dirinya dengan kebenaran yang ada. Kesesuaian dan kejujuran mencerminkan kemampuan individu untuk mengenali dirinya secara akurat. Dalam konteks kejujuran, seseorang dapat bersikap terbuka, membesarkan cerita, menyembunyikan informasi penting, atau bahkan memberikan informasi yang salah.

4) Intensi (*Intention*)

Intensi berkaitan dengan kesadaran seseorang akan tujuan pribadi, motivasi, dan arah yang ingin dicapai. Dimensi ini juga menilai sejauh mana individu menyadari dan mengendalikan diri saat menunjukkan informasi kepada orang lain.

5) Keintiman (*Intimacy*)

Keintiman berhubungan dengan seberapa dalam suatu hubungan serta tingkat kedekatan yang dinyatakan melalui pengungkapan diri. Dimensi ini mencakup seberapa banyak informasi pribadi yang dibagikan. Keintiman melibatkan kemampuan untuk berinteraksi dengan orang lain, memahami perasaan dan pendapat mereka, serta kemampuan untuk berkomunikasi dan terhubung secara emosional.

Pengungkapan diri atau *Self-disclosure* adalah cara untuk menyampaikan reaksi terhadap situasi yang dihadapi dan memberi informasi mengenai pengalaman masa lalu yang dapat membantu memahami respon di masa mendatang. *Self-disclosure*

merupakan sebuah bentuk komunikasi yang melibatkan penyampaian informasi tentang diri yang biasanya seharusnya disimpan atau dirahasiakan, tetapi malah dibagikan kepada orang lain. *Self-disclosure* melibatkan proses untuk mengungkapkan respon atau reaksi terhadap situasi yang ada, serta memahami reaksi orang lain dan sebaliknya. Membuka diri berarti mengungkapkan kepada orang lain perasaan terkait peristiwa yang baru saja dialami. Berdasarkan, pengungkapan diri (*self-disclosure*) merujuk pada proses berbagi informasi pribadi dengan orang lain atau sebaliknya. Ini adalah salah satu jenis komunikasi yang berkaitan dengan informasi tentang diri yang biasanya disembunyikan, tetapi kini dibagikan (Mardiana & Zi'ni Faiza, 2020).

2.2.2.3 Definisi AI (Artificial Intelligence)

Kecerdasan buatan telah menjadi fokus utama di banyak bidang ilmu dan sektor industri. AI (*Artificial Intelligence*) didefinisikan sebagai "kemampuan sistem untuk dengan akurat menafsirkan data dari luar, memperoleh pembelajaran dari data itu, dan menerapkan pembelajaran ini untuk mencapai tujuan serta menyelesaikan tugas tertentu dengan cara yang adaptif." Kecerdasan Buatan telah mengalami beberapa fase perkembangan dan periode stagnasi. Pada dua dekade awal yaitu, tahun 1950-an dan 1960-an), AI menunjukkan kemajuan melalui program-program seperti *General Problem Solver*. Akan tetapi, keterbatasan dalam kemampuan pemrosesan dan berkurangnya dana untuk AI (*Artificial Intelligence*) menyebabkan perkembangan di bidang ini terhenti (Nah et al., 2023).

Istilah AI untuk menggambarkan kemampuan praktis yang dimiliki mesin atau entitas non-manusia untuk melakukan tugas, berkomunikasi dengan orang lain, berinteraksi satu sama lain, dan bertindak secara logis. Keberadaan AI tidak sepenuhnya tergantung pada kecerdasan manusia dan kami percaya bahwa cara kerjanya ditentukan oleh dua faktor: tingkat kinerja dan tingkat otonomi. Oleh karena itu, penelitian ini menyusun kerangka konseptual dasar yang mengacu kepada tingkat kinerja AI, atau tindakan yang dapat dilakukan oleh AI, yang meliputi 1) menyelesaikan tugas, 2) mengambil keputusan, dan 3) membuat prediksi, serta tingkat otonomi AI, yang dihasilkan dari agensi yang dipengaruhi oleh sejauh mana terdapat masukan, interaksi, atau pengawasan manusia. Sama seperti manusia, AI akan menunjukkan variasi dalam kecerdasan berdasarkan kemampuannya dalam kinerja dan tingkat otonomi (Gil de Zúñiga et al., 2024).

2.2.2.4 Pengguna ChatGPT

Transformasi digital yang terjadi saat ini mendorong munculnya berbagai bentuk interaksi baru dalam kehidupan manusia. Teknologi tidak lagi hanya berfungsi sebagai alat bantu kerja, tetapi juga menjadi sarana komunikasi yang memungkinkan manusia berinteraksi tanpa batas ruang dan waktu. Perkembangan kecerdasan buatan menjadi salah satu faktor utama dalam perubahan pola komunikasi tersebut, terutama melalui hadirnya sistem berbasis percakapan yang dapat diakses secara daring.

Dalam perkembangan tersebut, pengguna ChatGPT merupakan individu yang memanfaatkan teknologi kecerdasan buatan untuk berkomunikasi melalui media

digital. Pengguna menggunakan ChatGPT untuk beragam keperluan, seperti memperoleh informasi, bertukar gagasan, hingga mengekspresikan pengalaman pribadi. Pola komunikasi ini menunjukkan bahwa pengguna tidak hanya berinteraksi dengan teknologi secara fungsional, tetapi juga membangun relasi komunikasi dengan sistem AI sebagai mitra dialog. Fenomena ini mencerminkan perubahan cara manusia berkomunikasi di era digital, di mana interaksi tidak lagi terbatas pada hubungan antarmanusia (Guzman & Lewis, 2020).

2.2.2.5 ChatGPT

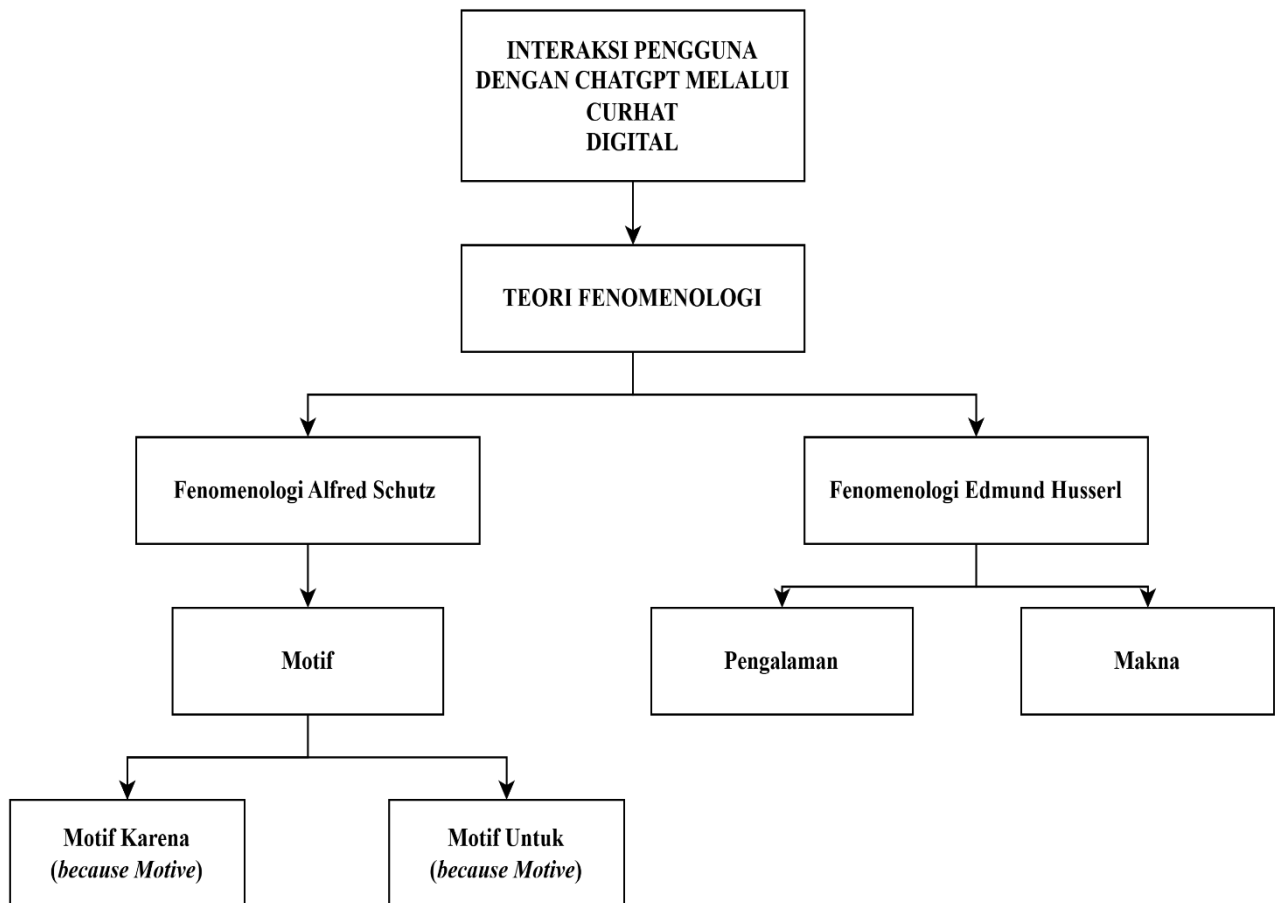
ChatGPT adalah salah satu implementasi nyata dari *large language models* (LLMs), yaitu model kecerdasan buatan generatif yang mampu memahami dan menghasilkan teks yang menyerupai tulisan manusia berdasarkan input atau prompt yang diberikan oleh pengguna. Model ini memungkinkan percakapan dua arah antara manusia dan sistem AI dalam bentuk dialog tekstual yang natural karena kemampuan LLM untuk memproses pola bahasa manusia secara statistik dan kontekstual. Dalam konteks akademik, teknologi ini telah dipandang sebagai paradigma baru dalam interaksi manusia-mesin, terutama dalam tugas pengolahan bahasa alami (*natural language processing*) (Meyer et al., 2023).

ChatGPT merupakan chatbot berbasis kecerdasan buatan yang dikembangkan dengan pendekatan generative artificial intelligence, di mana sistem ini mampu menghasilkan teks secara otomatis berdasarkan masukan (*prompt*) dari pengguna. ChatGPT bekerja dengan memanfaatkan deep learning dan model bahasa besar (*large*

language model) untuk memprediksi dan menyusun respons yang menyerupai cara manusia berkomunikasi. Dalam kajian akademik, ChatGPT dipahami sebagai bentuk AI generatif yang memungkinkan terjadinya interaksi berbasis percakapan antara manusia dan mesin secara lebih natural dan kontekstual (Eke, 2023).

ChatGPT juga dipandang sebagai inovasi teknologi yang merepresentasikan perkembangan terbaru dalam pemrosesan bahasa alami (*natural language processing*), karena kemampuannya memahami makna, struktur, dan konteks bahasa manusia. Melalui proses pelatihan menggunakan data teks dalam jumlah besar, ChatGPT dapat memberikan jawaban, saran, dan penjelasan yang koheren sehingga sering dimanfaatkan dalam berbagai bidang, seperti pendidikan, penelitian, dan komunikasi digital. Oleh karena itu, ChatGPT tidak hanya berfungsi sebagai alat teknis, tetapi juga sebagai medium interaksi manusia dan AI dalam praktik komunikasi sehari-hari (Gupta et al., 2023).

2.2.3 Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber : (Kuswarno, 2009) , modifikasi peneliti.

Bagan 2. 1 Kerangka Pemikira