

ABSTRAK

PENGARUH GAYA BAHASA CHATBOT TERHADAP USABILITAS INFORMASI PENERIMAAN MAHASISWA BARU PADA GENERASI Z DI UNIVERSITAS LAMPUNG

Oleh
Harno

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penggunaan *chatbot* sebagai media komunikasi digital dalam layanan informasi Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) Universitas Lampung, khususnya bagi Generasi Z yang terbiasa dengan komunikasi cepat, ringkas, dan interaktif. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan tingkat usabilitas *chatbot* bergaya bahasa formal dan *chatbot* bergaya bahasa Generasi Z, menguji perbedaan skor usabilitas keduanya, serta mengidentifikasi aspek usabilitas yang paling menonjol. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif komparatif-eksplanatif dengan desain *within-subject/repeated measures*. Sebanyak 405 responden Generasi Z berinteraksi dengan dua kondisi *chatbot* dan mengisi *Chatbot Usability Questionnaire (CUQ)*. Data dianalisis melalui statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas selisih skor, *paired sample t-test*, Wilcoxon *signed-rank test*, Cohen's *dz*, dan uji *order effect*. Hasil penelitian menunjukkan skor CUQ *chatbot* formal sebesar 72,92 dan *chatbot* Generasi Z sebesar 73,50, dengan selisih rata-rata 0,57 poin. *Paired sample t-test* menunjukkan Sig. = 0,157 dengan interval kepercayaan 95% [-0,22; 1,36], sehingga tidak terdapat bukti yang cukup untuk menyatakan perbedaan rata-rata skor CUQ yang signifikan. Uji Wilcoxon menunjukkan Sig. = 0,003, tetapi Cohen's *dz* = 0,070 menandakan efek yang sangat kecil secara praktis. Dengan demikian, kedua gaya bahasa *chatbot* menghasilkan tingkat usabilitas yang relatif setara. Temuan ini menunjukkan bahwa gaya bahasa bukan satu-satunya penentu usabilitas; kualitas informasi, kejelasan respons, struktur alur, dan kredibilitas komunikasi institusional tetap menjadi faktor penting. Rekomendasi praktis diarahkan pada gaya bahasa *hybrid* yang kredibel, ringkas, ramah, mudah dipahami, dan sesuai konteks layanan resmi PMB.

Kata kunci: Komunikasi Digital, *Chatbot*, Gaya Bahasa, Usabilitas, Generasi Z.

ABSTRACT

**PENGARUH GAYA BAHASA CHATBOT TERHADAP USABILITAS
INFORMASI PENERIMAAN MAHASISWA BARU PADA GENERASI Z
DI UNIVERSITAS LAMPUNG**

**By
Harno**

This study is motivated by the use of chatbots as digital communication media in Universitas Lampung's New Student Admission (PMB) information service, particularly for Generation Z users who are accustomed to fast, concise, and interactive communication. The study aims to describe the usability level of formal and Generation Z chatbot language styles, examine whether their usability scores differ, and identify the most prominent usability aspects. This research employed a quantitative comparative-explanatory approach with a within-subject/repeated-measures design. A total of 405 Generation Z respondents interacted with two chatbot conditions and completed the Chatbot Usability Questionnaire (CUQ). The data were analyzed using descriptive statistics, validity and reliability tests, normality testing of score differences, paired sample t-test, Wilcoxon signed-rank test, Cohen's d_z , and order effect testing. The results show that the formal chatbot obtained a CUQ score of 72.92, while the Generation Z chatbot obtained 73.50, with a mean difference of only 0.57 points. The paired sample t-test showed $\text{Sig.} = 0.157$ with a 95% confidence interval $[-0.22; 1.36]$, indicating insufficient evidence to conclude a significant mean difference in CUQ scores. The Wilcoxon test showed $\text{Sig.} = 0.003$; however, Cohen's $d_z = 0.070$ indicates a practically trivial effect. Therefore, both chatbot language styles produced relatively equivalent usability levels. The findings suggest that language style is not the sole determinant of usability; information quality, response clarity, conversational structure, and institutional credibility remain important factors. Practical recommendations emphasize a hybrid language style that is credible, concise, friendly, easy to understand, and appropriate for an official PMB information service context.

Keywords: Digital Communication, *Chatbot*, Language Style, *Usability*, Generation Z.