

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

(TESIS)

Oleh

HARNO

NPM 2226031036



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG**

2026

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

Oleh

**HARNO
NPM 2226031036**

Tesis

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**Pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG**

2026

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.

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

Nama Mahasiswa : **Harno**

Nomor Pokok Mahasiswa : **2226031036**

Program Studi : **Magister Ilmu Komunikasi**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

LEMBAR PERSETUJUAN

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing



Prof. Dr. Andy Corry Wardhani, M.Si.
NIP 1962 07161988 031 001

Dr. Eng. Ir. Mardiana, S.T., M.T., I.P.M
NIP 1972 03161999 032 002

MENGETAHUI

2. Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

Dr. Tina Kartika, M.Si.

NIP 1973 03232006 042 001

LEMBAR PENGESAHAN
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Prof. Dr. Andy Cory Wardhani, M.Si.



Sekretaris : Dr. Eng. Ir. Mardiana, S.T, M.T.



Penguji Utama : Dr. Nina Yudha Aryanti, M.Si.



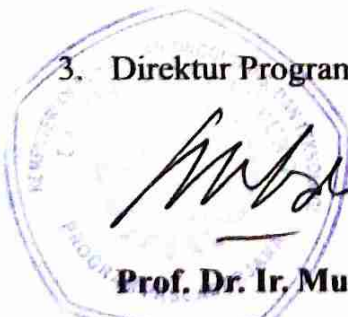
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, M.Si.

NIP 1976 0821200 002 001

3. Direktur Program Pascasarjana



Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si.

NIP1964 03261989 021 001

Tanggal Lulus Ujian Tesis : 08 Juni 2026

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Harno
NPM : 2226031036
Program Studi : Magister Ilmu
Komunikasi Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat : Rajabasa Raya, Bandar Lampung

Dengan ini menyatakan bahwa tesis saya yang berjudul PENGARUH GAYA BAHASA CHATBOT TERHADAP USABILITAS INFORMASI PENERIMAAN MAHASISWA BARU PADA GENERASI Z DI UNIVERSITAS LAMPUNG adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) atau pun dibuat oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak mana pun.

Bandar Lampung, 5 Juni 2026

Saya yang membuat pernyataan,



Harno

NPM 2226031036

RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Mojokerto, Lampung Tengah, pada 13 April 1982. Penulis bernama Harno dan merupakan anak pertama dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Mulyono dan Ibu Pariyem.

Penulis mengenyam pendidikan dasar di SD Negeri 01 Mojokerto, Padang Ratu, Lampung Tengah, dan lulus pada tahun 1993. Pendidikan menengah pertama diselesaikan di SMP Negeri 1 Sriagung pada tahun 1996. Selanjutnya, penulis menempuh pendidikan di SMK Negeri 1 Gading Rejo dan lulus pada tahun 2000. Pada tahun 2001, penulis menempuh pendidikan Diploma 1 Komputer Arsitektur di LP Sigma Modern, Bandar Lampung. Pada tahun 2002, penulis terdaftar sebagai mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, dan menyelesaikan pendidikan sarjana pada tahun 2012. Selama menempuh pendidikan sarjana, penulis aktif dalam bidang seni rupa melalui Unit Kegiatan Mahasiswa Bidang Seni Universitas Lampung.

Selain itu, penulis juga pernah bekerja sebagai staf IT di *Computer Service Center*, Pusat Pelayanan Komputer Universitas Lampung, yang saat ini telah berubah menjadi UPA Teknologi Informasi dan Komunikasi Universitas Lampung. Saat ini, penulis berstatus sebagai ASN-PPPK aktif dan bertugas pada Divisi Pusat Data dan Informasi UPA TIK Universitas Lampung.

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur atas karunia Allah SWT, karya sederhana ini kupersembahkan kepada orang-orang yang senantiasa menyayangiku, memberi warna dalam hidupku, serta menghadirkan kenangan indah yang tidak akan pernah terlupakan.

Untuk pendamping hidupku tercinta, Ririn Apriani, yang telah menemani dengan penuh kesabaran dan kesetiaan, serta senantiasa memberikan dorongan dan motivasi untuk terus berjuang menuntut ilmu.

Untuk Ibu Pariyem dan almarhum Bapak Mulyono, orang tuaku tercinta, yang telah membesarkan, membimbing, menyayangi, memperhatikan, dan senantiasa mendoakanku agar memperoleh kebahagiaan dan keberhasilan di dunia maupun akhirat. Untuk adik-adikku, Anwar, Suratno, dan Sugino, terima kasih atas segala tawa, canda, dan kebersamaan yang telah menjadi bagian penting dalam hidupku.

Untuk sahabat-sahabat sehatiku, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidupku serta memberi warna dalam setiap pengalaman yang telah dan akan kita lewati.

MOTTO

“***AI Media Engine*** — mengubah otomatisasi kecerdasan buatan menjadi ekosistem media digital yang adaptif, produktif, dan berkelanjutan.”

(Harno.ID)

“**Keberuntungan** adalah ketika kesiapan bertemu dengan kesempatan. Karena itu, perbanyaklah persiapan sambil menunggu datangnya kesempatan, jika ingin menjadi orang yang beruntung.”

(Harno.ID)

“Hanya orang yang jujur, disiplin, dan berintegritas yang mampu **bertahan dalam keseimbangan hidup**.”

(Satriamadangkara.com)

“***Man jadda wajada***: barang siapa bersungguh-sungguh, maka ia akan memperoleh hasil.”

(Pepatah Arab)

“**Sebaik-baik manusia** adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lainnya.”

(Hadis Nabi Muhammad SAW; diriwayatkan oleh Ath-Thabrani, dinilai hasan oleh Al-Albani dalam Shahih Al-Jami’)

“Kesungguhan, ketekunan, dan ilmu adalah kekuatan untuk menembus batas; sebaik-baik hasilnya adalah ketika hidup kita memberi manfaat bagi orang lain.”

“Ilmu adalah jalan untuk mengubah diri dan menghadirkan manfaat bagi kehidupan.”

(Terinspirasi dari Nelson Mandela)

SANWACANA

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Pengaruh Gaya Bahasa Chatbot terhadap Usabilitas Informasi PMB pada Generasi Z di Universitas Lampung”. Dalam proses penyusunan tesis ini, penulis memperoleh bimbingan, bantuan, dukungan, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, almarhum Bapak Mulyono dan Ibu Pariyem, yang senantiasa menjadi sumber semangat bagi penulis dalam mengejar cita-cita serta kebahagiaan dunia dan akhirat.
2. Ririn Apriani, istriku tercinta, yang selalu mendampingi, memberikan motivasi, ketenangan, serta menemani penulis dengan penuh kesetiaan dan kesabaran.
3. Adik-adikku, Anwar, Suratno, dan Sugino, serta keluarga besar tercinta yang selalu memberikan semangat dan doa kepada penulis.
4. Bapak Dr. Ir. Komarudin, S.T., M.T., yang telah memberikan dukungan dari awal hingga akhir perjalanan penulis dalam menyelesaikan studi pada Program Magister Ilmu Komunikasi.
5. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung periode 2021–2024, yang telah memberikan kesempatan dan kepercayaan kepada penulis untuk mengikuti program beasiswa pascasarjana tahun 2022.

6. Ibu Prof. Dr. Anna Gustina Z., S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung periode 2024–2028.
7. Ibu Dr. Tina Kartika, S.Pd., M.Si., selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
8. Bapak Prof. Dr. Andy Corry Wardhani, M.Si., selaku dosen pembimbing utama, yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan selama proses penyusunan tesis.
9. Ibu Dr. Nina Yudha Aryanti, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembahas, yang telah memberikan masukan, kritik, dan saran yang sangat berarti bagi penyempurnaan tesis ini.
10. Ibu Dr. Eng. Ir. Mardiana, S.T., M.T., selaku dosen pembimbing pembantu sekaligus Kepala UPA Teknologi Informasi dan Komunikasi Universitas Lampung, yang telah memberikan bimbingan, dukungan, dan waktu dalam proses penyusunan tesis ini.
11. Seluruh dosen Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, almarhum Bapak Dr. Nanang Trenggono, M.Si., semoga beliau husnul khatimah, dosen pengajar Pascasarjana FISIP, serta jajaran staf dan karyawan FISIP Universitas Lampung yang telah berinteraksi dengan penulis selama menempuh studi. Semoga tali silaturahmi tetap terjalin dengan baik.
12. Teman-teman mahasiswa Angkatan 2022: Rini Kasrah, Rina Manggalani, Iin Avitasari, Candra Kusuma, Edi Sumarwan, Azizah Nur Aulia, Nurma Fitria, Wian Rahmat Erya, Desti Oktarina, Muhammad Fadlil, Devani Oktavianti, Efna Fitriana, Maria Wandita Utami, Tommy Martua Tampubolon, Elysa Wahyuni, Ahmad Fikri Baihaqi, Darra Ananda, Dani Setiawan, Diah Ayu Reza Permatasari, A.A. Ngr. Henry Darmawan, Helen Afriliyanti, Ernaldi Gustrin

Pratama, Gary Faza Andrekho Newherman, Desisonia Lilia Hadiputri, Atika Nurwan Indriani, Alfaynie Axelfa Trie Aprilia, Hairani Heryadi, Fitria Hani Aprina, Annisa Dwi Kurnia, Deny Permadi, Made Dewi Purnami, Agung Pangestu, Rudyansyah, serta rekan-rekan mahasiswa Universitas Lampung lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

13. Rekan kerja Tim PMB Unila, Bapak Prof. Dr. Eng. Suropto Dwi Yuwono, S.Si., M.T., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik; Bapak Hero Satrian Arief, S.E., M.H., selaku Kepala BAK; Kak Ir. Ing. Hery Dian Septama, S.T., IPM; serta teman-teman Tim PMB Unila yang telah memberikan akses, inspirasi, motivasi, dan dukungan dalam proses penelitian tesis ini.

Teman-teman UPA TIK Universitas Lampung yang telah memberikan dukungan penuh selama proses penyusunan tesis ini.

Bandar Lampung, 5 Juni 2026
Penulis,

Harno

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK.....	ii
RIWAYAT HIDUP	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO.....	ix
SANWACANA	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 8
2.1 Penelitian Terdahulu dan Celah Penelitian	8
2.2 Landasan Teoretis.....	9
2.3 Chatbot sebagai Media Komunikasi Institusional.....	12
2.4 Gaya Bahasa Chatbot dan Generasi Z	12
2.5 Usabilitas dan CUQ.....	13

2.6 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian	14
BAB III METODE PENELITIAN	16
3.1 Jenis dan Desain Penelitian	16
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	17
3.3 Variabel Penelitian	18
3.4 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel	18
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Penentuan Sampel	19
3.5.1 Populasi.....	19
3.5.2 Sampel.....	20
3.5.3 Teknik Penentuan Sampel.....	20
3.6 Instrumen Penelitian	21
3.7 Prosedur Pengumpulan Data	22
3.8 Teknik Pengolahan Data	23
3.9 Uji Kualitas Instrumen	23
3.9.1 Uji Validitas	23
3.9.2 Uji Reliabilitas	23
3.10 Teknik Analisis Data	24
3.11 Kriteria Pengujian Hipotesis	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Deskripsi Umum Layanan Chatbot PMB Universitas Lampung	26
4.1.1 Profil Universitas Lampung dan Layanan PMB	26
4.1.2 Gambaran Implementasi <i>Chatbot</i> PMB.....	26
4.1.3 Karakter Layanan Informasi Berbasis Percakapan	27
4.1.4 Tujuan Penggunaan <i>Chatbot</i> PMB	27

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	51
5.1 Simpulan.....	51
5.2 Implikasi Teoretis.....	52
5.3 Implikasi Praktis dan Rekomendasi Strategis	52
5.3.1 Redesain Gaya Bahasa <i>Chatbot</i> PMB Unila.....	52
5.3.2 Pengembangan SOP Komunikasi <i>Chatbot</i>	54
5.3.3 Strategi Segmentasi Pesan	55
5.4 Keterbatasan Penelitian	55
5.5 Saran Penelitian Lanjutan.....	56
 DAFTAR PUSTAKA.....	 58
LAMPIRAN.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Matriks Kesesuaian Rumusan Masalah, Tujuan, Teknik Analisis, dan Simpulan	6
Tabel 2.1. Ringkasan Penelitian Terdahulu dan Posisi Penelitian	9
Tabel 2.2. Posisi Teori dalam Penelitian.....	11
Tabel 3.1. Tahapan Penelitian	17
Tabel 3.2. Variabel Penelitian	18
Tabel 3.3. Definisi Operasional Variabel.....	19
Tabel 3.4. Struktur Instrumen CUQ	22
Tabel 3.5. Kesesuaian Rumusan Masalah, Tujuan, dan Teknik Analisis	24
Tabel 4.1 Kriteria Validasi dan Status Kelengkapan Data Responden	28
Tabel 4.2 Profil Responden dan Urutan Pengujian	29
Tabel 4.3. Tabel Silang Urutan Pengujian Berdasarkan Karakteristik Responden	31
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Perbandingan Skor Usabilitas (CUQ) Formal dan Generasi Z	35
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Eksploratif Rata-rata Skor Berdasarkan Klaster Dimensi CUQ	36
Tabel 4.6. Ringkasan Arah Pembacaan Item/Indikator CUQ Berdasarkan Klaster	37
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas <i>Cronbach's Alpha</i> untuk Instrumen CUQ.....	38
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Item CUQ	39
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Perbedaan Skor CUQ Formal dan Generasi Z.....	41
Tabel 4.10 Hasil Uji Perbedaan Skor Berdasarkan Urutan Pengujian (<i>Order Effect</i> Welch <i>t-test</i>).....	42

Tabel 5.1. Rekomendasi Operasional Gaya Bahasa <i>Hybrid Chatbot</i> PMB.....	53
Tabel L.1. Ringkasan <i>Data Cleaning</i> dan Prosedur Skoring CUQ.....	133
Tabel L.2. Statistik Deskriptif Skor CUQ Formal dan Generasi Z.....	137
Tabel L.3. Output Uji Validitas Item CUQ dengan r tabel	141
Tabel L.4. Output Uji Reliabilitas Cronbach Alpha	144
Tabel L.5. Output Uji Normalitas Selisih Skor.....	147
Tabel L.6. Output Uji Beda, <i>Effect Size</i> , dan <i>Order Effect</i>	148
Tabel L.7. Ringkasan Deskriptif Eksploratif Perbandingan Kluster CUQ	154

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Kompleksitas Layanan Informasi PMB Unila.....	2
Gambar 1.2. Konteks Daya Tampung dan Jalur Masuk PMB Unila tahun 2026 dan urgensi layanan informasi digital bagi calon mahasiswa Generasi Z.....	3
Gambar 2.1. Kerangka Pikir.	15

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan komunikasi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola penyampaian informasi di perguruan tinggi, yang mendorong pergeseran komunikasi institusional dari model satu arah menuju komunikasi digital yang interaktif dan berorientasi pada pengalaman komunikasi pengguna. Dalam konteks Ilmu Komunikasi, perubahan ini menuntut evaluasi tidak hanya pada media yang digunakan, tetapi juga pada proses penyampaian pesan dan persepsi khalayak terhadap kualitas interaksi komunikasi.

Sejak tahun 2011 hingga 2025, Universitas Lampung secara konsisten menyelenggarakan Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) melalui sistem pendaftaran daring. Dalam rentang waktu tersebut, Universitas Lampung selalu menyediakan fasilitas kontak person atau *call center* sebagai saluran komunikasi utama bagi calon pendaftar untuk memperoleh informasi, menyampaikan pertanyaan, maupun mengajukan pengaduan. Keberadaan *call center* ini menunjukkan komitmen institusi dalam menjaga keterbukaan informasi dan pelayanan publik di bidang pendidikan.

Namun demikian, model komunikasi *call center* yang digunakan selama ini cenderung bersifat reaktif dan terbatas secara waktu dan sumber daya manusia. Tingginya volume pertanyaan pada periode PMB seringkali menyebabkan keterlambatan respon dan ketidaksamaan kualitas komunikasi antar petugas. Prasetyo dan Wulandari (2019) menyatakan bahwa layanan informasi akademik berbasis komunikasi manual berpotensi menimbulkan hambatan komunikasi apabila tidak didukung oleh sistem interaksi digital

yang adaptif dan berkelanjutan. Kondisi ini menegaskan bahwa meskipun fasilitas komunikasi telah tersedia, kualitas interaksi komunikasi masih menjadi tantangan tersendiri.

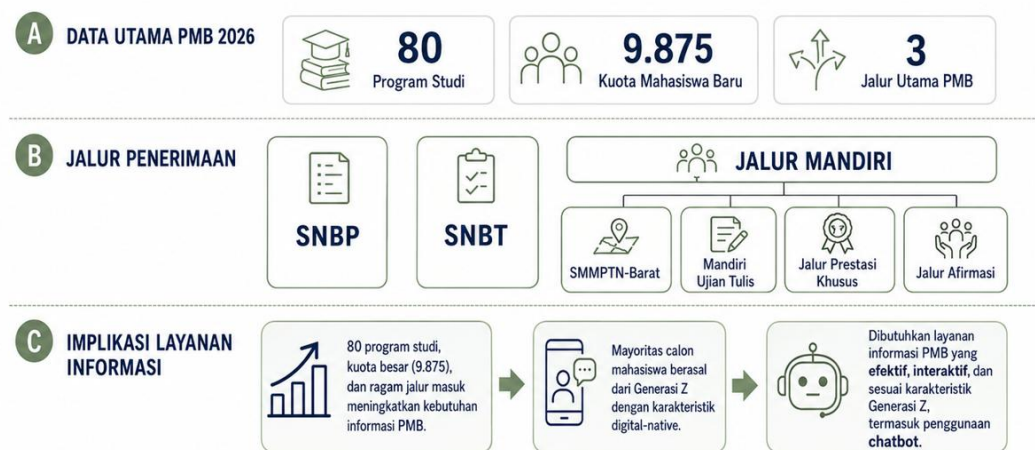
Sebagai respons terhadap perkembangan komunikasi digital dan meningkatnya kebutuhan layanan informasi yang cepat dan berkelanjutan, Universitas Lampung mulai mengimplementasikan fitur *chatbot* sebagai bagian dari layanan *call center* PMB pada awal tahun 2026. *Chatbot* ini dirancang untuk melayani pertanyaan calon mahasiswa secara otomatis, *real-time*, dan tanpa batasan waktu operasional. Kehadiran *chatbot* menandai babak baru dalam strategi komunikasi digital Universitas Lampung, dari komunikasi berbasis petugas menuju komunikasi interaktif berbasis media digital.



Gambar 1.1. Kompleksitas Layanan Informasi PMB Unila.
(Sumber : diolah oleh peneliti dari riwayat percakapan *Chatbot* PMB Unila, periode Januari-April 2026)

Sebagai bagian dari kesiapan institusi dalam penyelenggaraan Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) tahun 2026, Universitas Lampung telah menetapkan daya tampung mahasiswa baru melalui Rapat Pleno Penetapan Daya Tampung PMB 2026. Berdasarkan keputusan tersebut, Universitas Lampung membuka penerimaan mahasiswa baru melalui tiga jalur utama, yaitu SNBP, SNBT, dan Jalur Mandiri yang meliputi SMMPTN-Barat, Mandiri Ujian Tulis, Jalur Prestasi Khusus, dan Jalur Afirmasi. Secara keseluruhan, Universitas Lampung menyediakan 80 program studi dengan total kuota

sebanyak 9.875 mahasiswa baru. Besarnya daya tampung dan ragam jalur masuk tersebut menunjukkan tingginya intensitas layanan informasi PMB yang harus dilayani oleh institusi, khususnya kepada calon mahasiswa yang mayoritas berasal dari Generasi Z. Kondisi ini memperkuat urgensi penyediaan dan evaluasi media komunikasi digital yang efektif, interaktif, dan sesuai dengan karakteristik calon mahasiswa, termasuk penggunaan *chatbot* sebagai saluran komunikasi layanan informasi PMB.



Gambar 1.2. Konteks Daya Tampung dan Jalur Masuk PMB Unila tahun 2026 dan urgensi layanan informasi digital bagi calon mahasiswa Generasi Z.

(Sumber : diolah oleh peneliti, 2026)

Dalam perspektif Ilmu Komunikasi, *chatbot* dipahami sebagai media komunikasi interaktif berbasis teks yang memungkinkan terjadinya dialog antara institusi dan khalayak. Hidayat (2021) menjelaskan bahwa tingkat interaktivitas dalam media digital berpengaruh terhadap persepsi efektivitas komunikasi dan kedekatan pengguna dengan institusi. Dengan demikian, implementasi *chatbot* di Universitas Lampung bukan sekadar inovasi teknologi, tetapi merupakan perubahan strategi komunikasi institusional yang perlu dikaji secara ilmiah.

Urgensi penelitian ini terletak pada fakta bahwa implementasi *chatbot call center* di Universitas Lampung merupakan kebijakan baru yang belum pernah dievaluasi dari perspektif Ilmu Komunikasi. Mayoritas calon mahasiswa

Universitas Lampung saat ini berasal dari Generasi Z, yaitu generasi yang memiliki karakteristik komunikasi digital, menyukai interaksi cepat, bahasa yang akrab, serta pengalaman komunikasi yang nyaman. Sari dan Nugroho (2022) menemukan bahwa Generasi Z lebih responsif terhadap media komunikasi digital yang menggunakan gaya bahasa informal dan dialogis dibandingkan gaya bahasa formal yang kaku.

Dalam konteks tersebut, penggunaan *chatbot* tanpa pemahaman mengenai gaya bahasa yang paling sesuai dengan karakteristik Generasi Z berpotensi menurunkan kualitas interaksi komunikasi, meskipun teknologi yang digunakan sudah canggih. Putri (2023) menegaskan bahwa persepsi usability *chatbot* sangat dipengaruhi oleh gaya bahasa komunikasi yang digunakan, bukan semata-mata oleh kemampuan teknis sistem. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi mendesak untuk dilakukan guna memastikan bahwa inovasi *chatbot call center* Universitas Lampung benar-benar efektif sebagai media komunikasi informasi PMB.

Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini penting dilakukan karena berada pada titik transisi penting komunikasi digital di Universitas Lampung, yaitu peralihan dari layanan *call center* konvensional menuju *chatbot* interaktif. Penelitian ini tidak menilai aspek teknis *chatbot*, melainkan mengkaji pengaruh gaya bahasa *chatbot* terhadap usability informasi PMB pada Generasi Z, sehingga memberikan kontribusi teoretis bagi Ilmu Komunikasi sekaligus rekomendasi praktis bagi Universitas Lampung.

Berdasarkan telaah penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwa kajian mengenai komunikasi digital di perguruan tinggi umumnya masih berfokus pada efektivitas komunikasi organisasi, pemanfaatan media digital secara umum, serta persepsi pengguna terhadap layanan informasi berbasis teknologi. Sementara itu, penelitian yang secara khusus mengkaji *chatbot* sebagai media komunikasi institusional dari perspektif Ilmu Komunikasi

masih terbatas, terutama yang menempatkan gaya bahasa komunikasi sebagai variabel utama dan usabilitas sebagai respon khalayak Generasi Z. Selain itu, belum ditemukan penelitian yang secara empiris membandingkan gaya bahasa formal dan gaya bahasa Generasi Z dalam konteks *chatbot call center* Penerimaan Mahasiswa Baru di Universitas Lampung, khususnya setelah implementasi *chatbot* yang baru dimulai pada awal tahun 2026. Oleh karena itu, penelitian ini penting dan relevan untuk mengisi celah tersebut melalui kajian berjudul “Pengaruh Gaya Bahasa *Chatbot* terhadap Usabilitas Informasi Penerimaan Mahasiswa Baru pada Generasi Z di Universitas Lampung.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat usabilitas informasi Penerimaan Mahasiswa Baru pada *chatbot* bergaya bahasa formal dan *chatbot* bergaya bahasa Generasi Z menurut persepsi Generasi Z di Universitas Lampung?
2. Apakah terdapat perbedaan tingkat usabilitas informasi Penerimaan Mahasiswa Baru antara *chatbot* bergaya bahasa formal dan *chatbot* bergaya bahasa Generasi Z pada responden Generasi Z di Universitas Lampung?
3. Aspek usabilitas apa yang paling menonjol dalam membedakan penilaian Generasi Z terhadap *chatbot* bergaya bahasa formal dan *chatbot* bergaya bahasa Generasi Z?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dirumuskan secara sejajar dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan tingkat usabilitas informasi Penerimaan Mahasiswa Baru pada *chatbot* bergaya bahasa formal dan *chatbot* bergaya bahasa Generasi Z menurut persepsi Generasi Z di Universitas Lampung.

2. Menguji perbedaan tingkat usabilitas informasi Penerimaan Mahasiswa Baru antara *chatbot* bergaya bahasa formal dan *chatbot* bergaya bahasa Generasi Z pada responden Generasi Z di Universitas Lampung.
3. Mengidentifikasi aspek usabilitas yang paling menonjol dalam membedakan penilaian Generasi Z terhadap *chatbot* bergaya bahasa formal dan *chatbot* bergaya bahasa Generasi Z.

Untuk menjaga konsistensi logika penelitian, hubungan antara rumusan masalah, tujuan, teknik analisis, dan simpulan diarahkan secara linier sebagaimana ditampilkan pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1. Matriks Kesesuaian Rumusan Masalah, Tujuan, Teknik Analisis, dan Simpulan

Rumusan Masalah	Tujuan Penelitian	Teknik Analisis	Output
Tingkat usabilitas <i>chatbot</i> formal dan Gen-Z	Mendeskripsikan usabilitas tiap kondisi	Statistik deskriptif skor CUQ	Mean, median, SD, minimum, maksimum, kategori deskriptif
Perbedaan usabilitas antara dua gaya bahasa	Menguji perbedaan skor CUQ berpasangan	Normalitas selisih; paired t-test; Wilcoxon pendamping; Cohen's dz; <i>order effect</i>	t, df, CI 95%, p; W, n nonzero; dz; p order effect
Aspek usabilitas paling menonjol	Mengidentifikasi pola klaster CUQ	Analisis deskriptif eksploratif klaster CUQ	Selisih rerata klaster; pembacaan eksploratif

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

Manfaat teoretis dari penelitian ini antara lain:

1. Memberikan kontribusi pada pengembangan kajian komunikasi digital dan komunikasi manusia-media.
2. Memperkaya kajian tentang gaya bahasa sebagai strategi komunikasi

dalam media interaktif berbasis *chatbot*.

Manfaat praktis penelitian ini meliputi:

1. Menjadi bahan evaluasi dan rekomendasi bagi Universitas Lampung dalam pengembangan layanan *chatbot* PMB.
2. Memberikan acuan bagi institusi pendidikan tinggi dalam merancang strategi komunikasi digital yang sesuai dengan karakteristik Generasi Z.

Manfaat akademis yang ditawarkan antara lain:

Untuk menghindari pengulangan, manfaat teoretis, praktis, dan akademis dalam penelitian ini dibaca sebagai satu kesatuan kontribusi. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya kajian komunikasi digital dan komunikasi manusia-media; secara praktis, penelitian ini memberikan masukan bagi pengembangan layanan *chatbot* PMB Universitas Lampung; sedangkan secara akademis, penelitian ini menunjukkan penggunaan instrumen CUQ dan desain *within-subject* dalam kajian komunikasi digital berbasis *chatbot*.

1. Memperkaya kajian Ilmu Komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi digital dan komunikasi manusia–media melalui studi *chatbot* sebagai media komunikasi interaktif.
2. Memberikan kontribusi teoretis mengenai peran gaya bahasa sebagai strategi komunikasi dalam membentuk usability pada media digital.
3. Memperkuat pendekatan kuantitatif dalam penelitian komunikasi melalui pemanfaatan instrumen terstandar *Chatbot Usability Questionnaire* (CUQ).
4. Memperluas kajian tentang Generasi Z sebagai khalayak komunikasi digital, terutama dalam konteks layanan informasi pendidikan tinggi.
5. Menjadi referensi akademik bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji komunikasi institusional dan media interaktif berbasis *chatbot* di perguruan tinggi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini menggunakan tinjauan pustaka secara fungsional, yaitu teori dan penelitian terdahulu tidak ditempatkan sebagai kumpulan kutipan, tetapi sebagai dasar untuk membangun argumentasi penelitian. Fokus tinjauan pustaka diarahkan pada tiga hal: *chatbot* sebagai media komunikasi institusional, gaya bahasa sebagai strategi penyampaian pesan, dan usability sebagai respons khalayak yang diukur menggunakan *Chatbot Usability Questionnaire* (CUQ).

2.1 Penelitian Terdahulu dan Celah Penelitian

Kajian mengenai *chatbot* menunjukkan bahwa *chatbot* tidak hanya dapat dipahami sebagai perangkat teknis, tetapi juga sebagai media komunikasi berbasis percakapan. Holmes et al. (2019) dan Ulster University (n.d.) menjelaskan CUQ sebagai instrumen untuk mengevaluasi usability *conversational user interface* berdasarkan persepsi pengguna. Xu et al. (2017) menunjukkan bahwa pola respons *chatbot* dalam layanan digital memengaruhi kenyamanan dan pengalaman pengguna, sedangkan Clarizia et al. (2018) menempatkan *chatbot* sebagai sistem pendukung informasi pendidikan. Dalam konteks komunikasi digital, penelitian tentang Generasi Z menekankan pentingnya pesan yang cepat, jelas, interaktif, dan sesuai dengan gaya komunikasi pengguna muda.

Celah penelitian ini terletak pada belum banyaknya kajian Ilmu Komunikasi yang menguji perbedaan gaya bahasa *chatbot* formal dan gaya bahasa Generasi Z dalam konteks layanan informasi Penerimaan Mahasiswa Baru. Penelitian ini tidak mengevaluasi kecerdasan teknis *chatbot*, tetapi menilai pengalaman komunikasi pengguna terhadap dua variasi strategi bahasa.

Tabel 2.1. Ringkasan Penelitian Terdahulu dan Posisi Penelitian

Peneliti	Fokus Penelitian	Temuan Utama	Posisi Penelitian Ini
Holmes et al. (2019)	Pengembangan CUQ untuk mengukur usabilitas <i>chatbot</i>	CUQ dapat digunakan untuk mengevaluasi pengalaman pengguna <i>chatbot</i>	CUQ digunakan sebagai instrumen untuk mengukur usabilitas <i>chatbot</i> PMB
Xu et al. (2017)	<i>Chatbot</i> dalam layanan pelanggan digital	Respons <i>chatbot</i> memengaruhi kenyamanan dan kepuasan pengguna	Menempatkan gaya respons sebagai bagian dari strategi komunikasi institusional
Clarizia et al. (2018)	<i>Chatbot</i> sebagai sistem informasi pendidikan	<i>Chatbot</i> membantu akses informasi dan keterlibatan mahasiswa	Menggunakan konteks layanan informasi PMB perguruan tinggi
Sari dan Nugroho (2022)	Karakteristik komunikasi Generasi Z	Generasi Z menyukai komunikasi cepat, ringkas, dan interaktif	Menguji gaya bahasa Generasi Z sebagai variasi pesan <i>chatbot</i>
Putri (2023)	Gaya bahasa <i>chatbot</i> dan persepsi pengguna	Gaya bahasa dapat memengaruhi kenyamanan interaksi	Menguji secara empiris perbedaan skor CUQ antara gaya formal dan Gen-Z

2.2 Landasan Teoretis

Secara paradigmatik, penelitian ini berada dalam paradigma positivistik dengan pendekatan kuantitatif. Paradigma positivistik dipilih karena penelitian ini menempatkan gejala komunikasi digital sebagai fenomena yang dapat diamati, diukur, dibandingkan, dan diuji secara empiris melalui data numerik. Dalam kerangka ini, gaya bahasa *chatbot* diposisikan sebagai

stimulus komunikasi, sedangkan respons usabilitas pengguna diukur menggunakan instrumen Chatbot Usability Questionnaire (CUQ).

Paradigma ini juga menjadi dasar penggunaan CMC, TAM, dan S-O-R sebagai alat baca teoritis. CMC menjelaskan chatbot sebagai komunikasi bermedia teks, TAM membantu memahami persepsi kemudahan dan kebermanfaatan, sedangkan S-O-R menjelaskan alur stimulus gaya bahasa, proses persepsi Generasi Z, dan respons usabilitas yang terukur melalui skor CUQ.

Penelitian ini menggunakan *Computer-Mediated Communication* (CMC) sebagai *grand theory* dengan merujuk pada gagasan bahwa komunikasi melalui media digital dibentuk oleh karakteristik medium dan isyarat tekstual yang tersedia. Herring (1996) menekankan bahwa interaksi bermedia komputer dapat dianalisis melalui praktik bahasa dan struktur percakapan, sedangkan Walther (1996) menunjukkan bahwa komunikasi bermedia dapat membangun kesan interpersonal melalui isyarat yang terbatas. Dalam interaksi *chatbot*, pilihan kata, sapaan, nada, dan struktur respons menjadi pengganti isyarat nonverbal yang biasa muncul dalam komunikasi tatap muka. Oleh karena itu, gaya bahasa *chatbot* diposisikan sebagai isyarat komunikasi yang berpotensi memengaruhi persepsi pengguna terhadap kualitas interaksi.

Technology Acceptance Model (TAM) digunakan sebagai *middle-range theory* dengan merujuk pada Davis (1989) untuk menjelaskan penerimaan pengguna terhadap media berbasis teknologi melalui persepsi kemudahan penggunaan dan kebermanfaatan. Dalam penelitian ini, TAM tidak diukur sebagai variabel tersendiri, tetapi digunakan sebagai lensa konseptual untuk memahami bahwa kemudahan penggunaan dan kebermanfaatan yang dirasakan dapat dipengaruhi oleh kejelasan, kenyamanan, relevansi, serta struktur pesan *chatbot*.

Kerangka Stimulus–Organism–Response (S–O–R) digunakan untuk menjelaskan alur efek komunikasi dengan merujuk pada Mehrabian dan

Russell (1974). Dalam penelitian ini, gaya bahasa *chatbot* ditempatkan sebagai stimulus, persepsi pengguna sebagai proses organisme, dan skor usabilitas sebagai respons. Dengan demikian, penelitian ini menguji apakah variasi stimulus bahasa formal dan bahasa Generasi Z menghasilkan respons usabilitas yang berbeda, tetapi interpretasinya tetap dibatasi pada respons yang terukur melalui skor CUQ.

Tabel 2.2. Posisi Teori dalam Penelitian

Lapisan Teori	Teori/Konsep	Fungsi dalam Penelitian
<i>Grand theory</i>	<i>Computer-Mediated Communication (CMC)</i>	Menjelaskan <i>chatbot</i> sebagai komunikasi bermedia dan gaya bahasa sebagai isyarat tekstual
Middle theory	<i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	Menjelaskan penerimaan pengguna melalui persepsi kemudahan dan kebermanfaatan
Model efek	Stimulus–Organism–Response (S–O–R)	Menjelaskan alur gaya bahasa → persepsi pengguna → usabilitas
Instrumen operasional	<i>Chatbot Usability Questionnaire (CUQ)</i>	Mengukur respons usabilitas <i>chatbot</i> berbasis persepsi pengguna

Dengan posisi tersebut, teori dalam penelitian ini tidak ditempatkan sebagai kumpulan definisi, tetapi sebagai alat baca terhadap data. CMC digunakan untuk memahami *chatbot* sebagai komunikasi bermedia teks; TAM membantu menjelaskan bahwa kemudahan dan kebermanfaatan tidak hanya ditentukan oleh teknologi, tetapi juga oleh kejelasan pesan; sedangkan S-O-R menjelaskan alur gaya bahasa sebagai stimulus, persepsi Generasi Z sebagai proses organisme, dan skor CUQ sebagai respons yang terukur. Kerangka ini penting agar pembahasan hasil statistik pada Bab IV tidak berhenti pada angka, tetapi mampu menjelaskan makna komunikasi dari perbedaan yang sangat kecil antara *chatbot* formal dan *chatbot* Generasi Z. Secara alur konseptual, penelitian ini dapat dibaca sebagai berikut: variasi gaya bahasa *chatbot* (Formal dan Generasi Z) berperan sebagai stimulus komunikasi digital; stimulus tersebut dipersepsi oleh responden Generasi Z melalui pengalaman membaca, memahami, dan menilai respons *chatbot*;

proses persepsi tersebut kemudian tampak sebagai respons usability yang diukur melalui skor CUQ. Dengan demikian, hasil penelitian tidak hanya menunjukkan perbandingan skor, tetapi juga memperlihatkan bagaimana pesan institusional diproses dalam interaksi manusia-media.

2.3 Chatbot sebagai Media Komunikasi Institusional

Chatbot dalam penelitian ini dipahami sebagai media komunikasi institusional yang memediasi hubungan antara Universitas Lampung dan calon mahasiswa. Sebagai media berbasis dialog, *chatbot* memiliki karakter interaktif, responsif, berbasis teks, dan berkelanjutan. Keberhasilan *chatbot* tidak hanya ditentukan oleh akurasi sistem, tetapi juga oleh kualitas pesan, kejelasan instruksi, dan kenyamanan interaksi.

Dalam konteks Penerimaan Mahasiswa Baru, *chatbot* berfungsi sebagai kanal komunikasi yang membantu calon mahasiswa memperoleh informasi tentang jalur masuk, persyaratan, jadwal, dan prosedur pendaftaran. Oleh karena itu, evaluasi *chatbot* perlu memperhatikan pengalaman komunikasi pengguna, bukan hanya performa teknis sistem.

2.4 Gaya Bahasa Chatbot dan Generasi Z

Gaya bahasa dipahami sebagai cara komunikator mengemas pesan melalui pilihan kata, struktur kalimat, sapaan, dan nada komunikasi. Gaya bahasa formal merepresentasikan komunikasi resmi institusi yang menekankan ketertiban, kredibilitas, dan kejelasan prosedur. Sebaliknya, gaya bahasa Generasi Z cenderung lebih ringkas, dialogis, akrab, dan menyerupai percakapan digital sehari-hari.

Generasi Z sebagai khalayak layanan PMB merupakan kelompok yang terbiasa dengan komunikasi berbasis teks, cepat, dan interaktif. Namun, preferensi terhadap bahasa yang lebih akrab tidak otomatis berarti bahwa gaya bahasa tersebut selalu menghasilkan usability yang lebih tinggi.

Efektivitas gaya bahasa tetap bergantung pada konteks layanan, akurasi informasi, dan konsistensi alur percakapan.

Dalam konteks penelitian ini, karakter Generasi Z tidak boleh dipahami secara sederhana sebagai kelompok yang selalu lebih menyukai bahasa informal. Generasi Z memang akrab dengan komunikasi digital yang cepat dan dialogis, tetapi dalam konteks layanan resmi PMB mereka tetap membutuhkan informasi yang jelas, lengkap, dan kredibel. Oleh karena itu, gaya bahasa Generasi Z hanya dapat meningkatkan kenyamanan komunikasi apabila tetap menjaga akurasi substansi informasi. Penjelasan ini menjadi dasar untuk menafsirkan hasil penelitian ketika skor *chatbot* Generasi Z tidak menunjukkan keunggulan praktis yang kuat dibandingkan *chatbot* formal.

2.5 Usabilitas dan CUQ

Usabilitas dalam penelitian ini dimaknai sebagai persepsi pengguna terhadap kemudahan, kejelasan, efisiensi, kenyamanan, dan kepuasan selama berinteraksi dengan *chatbot*. Usabilitas bukan hanya aspek teknis, melainkan juga pengalaman komunikatif yang muncul ketika pengguna membaca, memahami, dan merespons pesan *chatbot*.

CUQ digunakan karena instrumen ini dirancang untuk mengevaluasi *conversational user interface*. Holmes et al. (2019) mengembangkan CUQ untuk menilai pengalaman pengguna pada antarmuka percakapan, sedangkan panduan Ulster University menjelaskan prosedur skoring 16 item dengan item positif dan negatif. Item negatif dibalik melalui *reverse scoring* agar seluruh skor memiliki arah interpretasi yang sama: semakin tinggi skor, semakin tinggi usabilitas yang dipersepsikan. Skor akhir dinormalisasi ke rentang 0–100. Studi lanjutan Holmes et al. (2023) juga menunjukkan bahwa CUQ dapat dibaca melalui beberapa faktor pengalaman pengguna, namun pemetaan klaster dalam penelitian ini tetap diposisikan sebagai analisis eksploratif peneliti sesuai konteks *chatbot* PMB.

Pemetaan klaster CUQ dalam penelitian ini digunakan sebagai pembacaan deskriptif eksploratif untuk membantu memahami kecenderungan aspek usabilitas, bukan sebagai subskala resmi yang berdiri sendiri. Oleh karena itu, keputusan utama penelitian tetap didasarkan pada skor total CUQ, sedangkan pembacaan klaster digunakan untuk memperkaya interpretasi mengenai kualitas informasi, persona dan afeksi, navigasi, serta efektivitas interaksi.

2.6 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian

Berdasarkan tinjauan pustaka, penelitian ini menempatkan gaya bahasa *chatbot* sebagai variabel bebas yang dibedakan menjadi dua kondisi, yaitu gaya bahasa formal dan gaya bahasa Generasi Z. Variabel terikatnya adalah usabilitas yang diukur menggunakan skor CUQ. Responden yang sama menilai kedua kondisi sehingga desain penelitian menggunakan *within-subject* atau *repeated measures*.

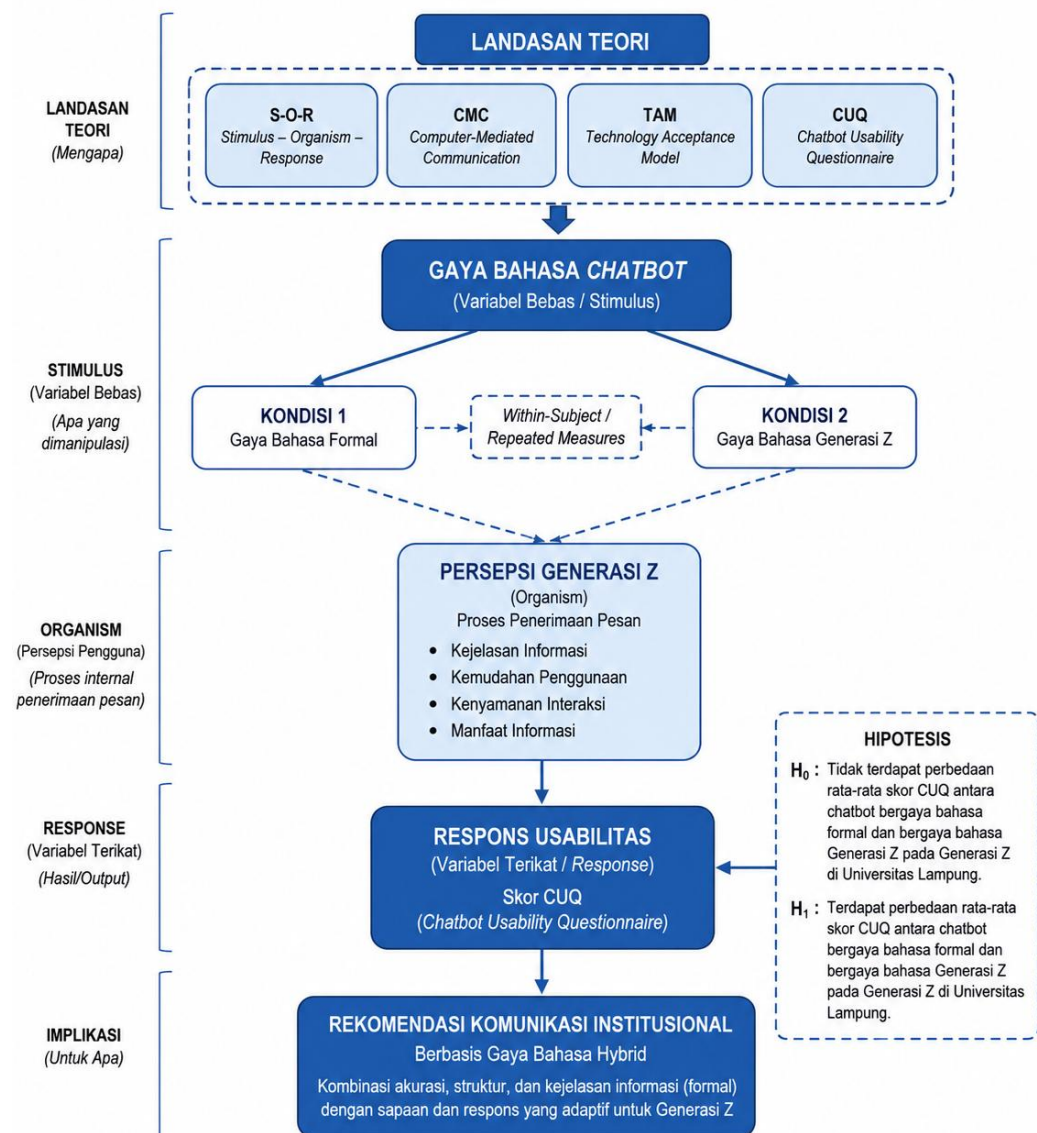
Alur konseptual penelitian adalah: gaya bahasa *chatbot* sebagai stimulus komunikasi, persepsi pengguna sebagai proses penerimaan pesan, dan skor CUQ sebagai respons usabilitas. Jika gaya bahasa memberikan pengaruh terhadap pengalaman komunikasi pengguna, maka skor CUQ pada kedua kondisi akan berbeda secara signifikan.

Hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut: H0 menyatakan tidak terdapat perbedaan rata-rata skor CUQ antara *chatbot* bergaya bahasa formal dan *chatbot* bergaya bahasa Generasi Z pada Generasi Z di Universitas Lampung. H1 menyatakan terdapat perbedaan rata-rata skor CUQ antara *chatbot* bergaya bahasa formal dan *chatbot* bergaya bahasa Generasi Z pada Generasi Z di Universitas Lampung.

Dengan kerangka tersebut, hipotesis penelitian tidak diarahkan untuk membuktikan bahwa gaya bahasa Generasi Z pasti lebih unggul daripada gaya formal, tetapi untuk menguji apakah variasi gaya bahasa menghasilkan perbedaan respons usabilitas yang terukur. Apabila perbedaan tidak signifikan

atau efeknya sangat kecil, temuan tersebut tetap bernilai karena menunjukkan bahwa dalam komunikasi institusional, kualitas informasi dan kejelasan respons dapat lebih menentukan daripada gaya sapaan semata.

Alur penelitian dapat diringkas sebagai: gaya bahasa *chatbot* (Formal vs Generasi Z) -> persepsi Generasi Z terhadap kejelasan, kemudahan, kenyamanan, dan manfaat informasi -> respons usabilitas yang diukur menggunakan CUQ -> rekomendasi komunikasi institusional berbasis gaya bahasa *hybrid*.



Gambar. Kerangka Pikir Penelitian

Gambar 2.1. Kerangka Pikir.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik karena bertujuan menguji perbedaan respons usability secara objektif melalui pengukuran kuantitatif. Paradigma ini memandang bahwa hubungan antara variasi gaya bahasa chatbot dan skor usability dapat dianalisis melalui prosedur empiris, instrumen terstandar, serta pengujian statistik. Oleh karena itu, hasil penelitian dibaca berdasarkan data terukur, nilai signifikansi, interval kepercayaan, dan ukuran efek, bukan berdasarkan penilaian subjektif peneliti semata.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain komparatif-eksplanatif. Desain komparatif digunakan untuk membandingkan tingkat usability antara dua kondisi gaya bahasa *chatbot*, yaitu gaya bahasa formal dan gaya bahasa Generasi Z. Desain eksplanatif digunakan untuk menjelaskan perbedaan persepsi usability tersebut melalui kerangka *Computer-Mediated Communication* (CMC), *Technology Acceptance Model* (TAM), dan *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R).

Secara operasional, penelitian ini menggunakan desain *within-subject* atau *repeated measures*. Setiap responden berinteraksi dengan dua kondisi *chatbot*, kemudian mengisi instrumen *Chatbot Usability Questionnaire* (CUQ) untuk masing-masing kondisi. Pengaturan urutan interaksi dilakukan melalui *counterbalancing* dua urutan (Formal → Generasi Z dan Generasi Z → Formal) agar hasil penilaian tidak hanya dipengaruhi oleh *chatbot* yang dicoba terlebih dahulu. Karena proporsi urutan tidak seimbang sempurna, pengaruh urutan diuji kembali melalui analisis *order effect* pada Bab IV.

Desain *within-subject* dipilih karena setiap responden menjadi pembanding bagi dirinya sendiri. Dengan cara ini, perbedaan penilaian antara *chatbot* formal dan *chatbot* Generasi Z tidak dibaca sebagai perbedaan antarindividu, tetapi sebagai perbedaan respons responden yang sama terhadap dua kondisi gaya bahasa. Pilihan desain ini sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin membandingkan dua variasi stimulus komunikasi dalam konteks penggunaan *chatbot* PMB.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada konteks layanan informasi Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) Universitas Lampung, khususnya layanan *chatbot WhatsApp/call center* PMB yang digunakan sebagai media komunikasi informasi kepada calon mahasiswa. Pengumpulan data dilakukan terhadap responden Generasi Z yang menjadi target layanan informasi PMB Universitas Lampung tahun 2026.

Pengambilan data dirancang pada periode 26 Januari sampai dengan 13 Februari 2026 melalui koordinasi dengan sekolah dan/atau responden yang memenuhi kriteria penelitian. Tahapan penelitian meliputi penyusunan instrumen,

uji coba skenario *chatbot*, pengumpulan data, pengolahan data, uji kualitas instrumen, analisis statistik, dan penyusunan hasil penelitian.

Tabel 3.1. Tahapan Penelitian

Tahap	Kegiatan	Output
1	Identifikasi masalah dan penetapan fokus penelitian	Rumusan masalah dan tujuan penelitian
2	Studi pustaka dan penyusunan kerangka teori	Kerangka CMC, TAM, S-O-R, dan CUQ
3	Penyusunan skenario <i>chatbot</i> dan instrumen CUQ	Instrumen dan skenario siap uji
4	Pengumpulan data responden	Dataset CUQ Formal dan CUQ Gen-Z
5	Pengolahan data dan <i>reverse scoring</i>	Skor CUQ 0-100
6	Uji validitas, reliabilitas, normalitas, dan hipotesis	Output statistik
7	Penyusunan hasil, pembahasan, simpulan, dan saran	Naskah tesis revisi

3.3 Variabel Penelitian

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah gaya bahasa *chatbot*, yaitu variasi strategi penyampaian pesan yang dibedakan menjadi gaya bahasa formal dan gaya bahasa Generasi Z. Variabel terikat adalah usability interaksi komunikasi, yaitu persepsi pengguna terhadap kemudahan, kejelasan, efisiensi, kenyamanan, dan kepuasan selama berinteraksi dengan *chatbot* PMB.

Tabel 3.2. Variabel Penelitian

Variabel	Bentuk Operasional	Indikator Utama	Skala/Output
X: Gaya bahasa <i>chatbot</i>	Dua kondisi perlakuan: formal dan Generasi Z	Diksi, tone, tingkat formalitas, sapaan, struktur respons	Kondisi perlakuan
Y: Usabilitas interaksi komunikasi	Persepsi responden setelah berinteraksi dengan <i>chatbot</i>	Kemudahan, kejelasan, efisiensi, kenyamanan/kepuasan	Skor CUQ 0-100

3.4 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel

Secara konseptual, gaya bahasa *chatbot* dipahami sebagai strategi penyampaian pesan dalam komunikasi bermedia yang memuat pilihan kata, nada komunikasi, tingkat keakraban, dan struktur respons. Gaya bahasa formal merepresentasikan komunikasi institusional yang resmi dan baku, sedangkan gaya bahasa Generasi Z merepresentasikan komunikasi yang lebih akrab, ringkas, dialogis, dan sesuai dengan kebiasaan komunikasi digital generasi muda.

Usability dipahami sebagai persepsi pengguna terhadap kualitas pengalaman komunikasi saat menggunakan *chatbot*. Dalam penelitian ini, usability tidak dimaknai sebagai performa teknis sistem, tetapi sebagai pengalaman komunikasi yang mencakup kemudahan memahami pesan, kelancaran interaksi, relevansi respons, dan kenyamanan pengguna.

Tabel 3.3. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Instrumen
Gaya bahasa <i>chatbot</i>	Cara <i>chatbot</i> menyampaikan pesan PMB dalam dua variasi gaya bahasa	Formalitas, diksi, sapaan, tone, struktur respons	Skenario <i>chatbot</i> formal dan Gen-Z
Usabilitas interaksi komunikasi	Penilaian responden terhadap kualitas interaksi dengan <i>chatbot</i> setelah menggunakan masing-masing kondisi	Kemudahan, kejelasan, efisiensi, persona/afeksi, kepuasan	<i>Chatbot Usability Questionnaire</i> (CUQ)

3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Penentuan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang menjadi target layanan informasi Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Lampung tahun 2026. Populasi tersebut secara operasional dibatasi pada individu berusia 16-19 tahun, berstatus sebagai siswa kelas XII SMA/SMK/MA atau calon pendaftar perguruan tinggi, berdomisili atau bersekolah di Provinsi Lampung, serta memiliki akses terhadap layanan komunikasi digital berbasis WhatsApp atau *chatbot*.

Dengan perumusan tersebut, karakteristik responden ditempatkan sebagai batas operasional populasi, bukan sebagai pengganti populasi. Perumusan ini diperlukan agar unit analisis penelitian sesuai dengan sasaran komunikasi *chatbot* PMB Universitas Lampung, yaitu calon mahasiswa yang berada dalam kelompok Generasi Z.

Dengan demikian, populasi dalam penelitian ini tidak diperlakukan sebagai jumlah administratif yang dapat dihitung secara pasti, melainkan sebagai populasi target komunikasi PMB yang memiliki karakteristik operasional tertentu. Rumusan ini diperlukan karena sasaran layanan informasi PMB bersifat luas dan bergerak, sementara data empiris dikumpulkan dari responden yang memenuhi kriteria sebagai calon pengguna layanan *chatbot*.

3.5.2 Sampel

Sampel penelitian adalah bagian dari populasi yang memenuhi kriteria operasional dan bersedia mengikuti seluruh prosedur penelitian, yaitu berinteraksi dengan *chatbot* bergaya bahasa formal dan *chatbot* bergaya bahasa Generasi Z, kemudian mengisi instrumen CUQ pada masing-masing kondisi. Jumlah sampel akhir yang dianalisis adalah 405 responden dengan data berpasangan lengkap.

Karena jumlah populasi target secara pasti tidak diketahui, penentuan ukuran sampel minimum mengacu pada kebutuhan analisis uji beda berpasangan. Pada desain *paired sample t-test*, kebutuhan minimum sampel ditentukan berdasarkan taraf signifikansi, power, dan asumsi *effect size*. Dengan taraf signifikansi 0,05, power 0,80, dan asumsi *effect size* sedang (Cohen's *d* sekitar 0,40-0,50), kebutuhan minimum sampel berada pada kisaran kurang lebih 32-49 responden. Jumlah sampel aktual sebanyak 405 responden melampaui kebutuhan minimum tersebut sehingga memadai untuk analisis statistik dan meningkatkan presisi estimasi.

3.5.3 Teknik Penentuan Sampel

Penentuan responden dilakukan dengan teknik *nonprobability purposive* sampling berbasis kriteria operasional populasi, dengan akses responden yang diperoleh melalui jalur ketersediaan dan koordinasi lapangan (*convenience access*). Responden yang dianalisis adalah responden yang memenuhi kriteria usia/status sebagai target PMB, bersedia mengikuti prosedur penelitian, menyelesaikan dua kondisi interaksi *chatbot*, serta memiliki data CUQ lengkap pada kedua kondisi. Kriteria kelayakan responden digunakan untuk memastikan kesesuaian sampel dengan tujuan penelitian, sedangkan analisis utama tetap dilakukan secara kuantitatif melalui perbandingan skor pada responden yang sama.

Penggunaan *purposive* sampling dalam penelitian ini didasarkan pada kebutuhan untuk memperoleh responden yang benar-benar relevan dengan sasaran komunikasi *chatbot* PMB, yaitu Generasi Z yang berada pada fase calon pendaftar perguruan tinggi. Akses *convenience* digunakan sebagai strategi lapangan untuk menjangkau responden melalui sekolah dan jaringan koordinasi yang tersedia, sedangkan validitas analisis tetap dijaga melalui data berpasangan lengkap, uji kualitas instrumen, serta pengujian *order effect*.

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen utama penelitian ini adalah *Chatbot Usability Questionnaire* (CUQ) yang digunakan untuk mengukur persepsi pengguna terhadap usabilitas *chatbot*. CUQ terdiri atas 16 butir pernyataan yang mencakup item positif dan item negatif. Item negatif dibalik skornya melalui *reverse scoring* agar seluruh item memiliki arah interpretasi yang sama, yaitu semakin tinggi skor menunjukkan semakin tinggi persepsi usabilitas.

Skala pengukuran menggunakan skala Likert 1-5. Setelah *reverse scoring*, skor tiap item dikonversi menjadi rentang 0-4 dan dijumlahkan. Skor total kemudian dinormalisasi ke rentang 0-100 dengan rumus: skor CUQ = (jumlah skor item / 64) x 100. Prosedur ini dilakukan secara terpisah untuk kondisi *chatbot* formal dan *chatbot* Generasi Z.

Instrumen CUQ dalam penelitian ini digunakan dalam versi Bahasa Indonesia melalui proses adaptasi redaksional. Pernyataan asli dipertahankan substansinya, kemudian dialihbahasakan agar mudah dipahami oleh responden Generasi Z dalam konteks layanan PMB. Penyesuaian dilakukan pada istilah, sapaan, dan keterbacaan kalimat tanpa mengubah arah item positif dan negatif. Dengan demikian, penggunaan CUQ dalam penelitian ini diposisikan sebagai adaptasi bahasa operasional untuk konteks penelitian, bukan sebagai validasi lintas budaya baru terhadap instrumen CUQ.

Tabel 3.4. Struktur Instrumen CUQ

Aspek	Ketentuan
Jumlah item	16 butir pernyataan
Skala respons	Likert 1-5
Jenis item	8 item positif dan 8 item negatif
<i>Reverse scoring</i>	Dilakukan pada item negatif
Skor akhir	Dinormalisasi ke rentang 0-100
Interpretasi	Semakin tinggi skor, semakin tinggi usabilitas interaksi komunikasi

3.7 Prosedur Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui prosedur berurutan. Pertama, responden diberi penjelasan mengenai tujuan penelitian dan tata cara interaksi dengan *chatbot*. Kedua, responden berinteraksi dengan dua kondisi *chatbot*, yaitu *chatbot* bergaya bahasa formal dan *chatbot* bergaya bahasa Generasi Z. Kedua kondisi menyajikan substansi informasi PMB yang sama, tetapi berbeda pada kemasan bahasa: gaya formal menggunakan diksi resmi, struktur kalimat baku, dan nada institusional; sedangkan gaya Generasi Z menggunakan sapaan yang lebih akrab, kalimat lebih ringkas, dan nada percakapan digital yang lebih dialogis. Ketiga, setelah menggunakan masing-masing *chatbot*, responden mengisi kuesioner CUQ sesuai pengalaman pada kondisi tersebut.

Untuk meminimalkan bias urutan, responden dibagi ke dalam dua urutan pengujian melalui *counterbalancing* parsial/tidak seimbang. Kelompok pertama mencoba *chatbot* formal terlebih dahulu kemudian *chatbot* Generasi Z, sedangkan kelompok kedua mencoba *chatbot* Generasi Z terlebih dahulu kemudian *chatbot* formal. Urutan tersebut digunakan sebagai variabel kontrol untuk mendeteksi kemungkinan *learning effect* atau *fatigue effect*. Setelah data terkumpul, selisih skor CUQ (Generasi Z – Formal) dibandingkan antar kelompok urutan menggunakan Welch *t-test* sebagai uji *order effect*.

Karena proporsi urutan pengujian tidak seimbang sempurna, *counterbalancing* dalam penelitian ini diposisikan sebagai *counterbalancing* parsial. Potensi *learning effect* atau *fatigue effect* tidak diabaikan, tetapi dikontrol secara deskriptif melalui tabel silang karakteristik responden

berdasarkan urutan pengujian dan secara statistik melalui uji *order effect* pada selisih skor CUQ.

3.8 Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan melalui tahap *editing*, *coding*, *cleaning*, *reverse scoring*, dan normalisasi skor. *Editing* dilakukan untuk memeriksa kelengkapan data. *Coding* dilakukan untuk mengubah jawaban responden ke dalam format numerik. *Cleaning* dilakukan untuk memastikan tidak terdapat data kosong pada variabel utama. *Reverse scoring* diterapkan pada item negatif CUQ. Setelah itu, skor CUQ dihitung dan dinormalisasi ke rentang 0-100.

3.9 Uji Kualitas Instrumen

3.9.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan setiap butir CUQ mengukur konstruk usability interaksi komunikasi. Validitas butir diuji menggunakan korelasi item-total terkoreksi (*Corrected Item-Total Correlation*) atau korelasi Pearson antara skor item dan skor total. Item dinyatakan valid apabila nilai korelasi item-total (r hitung) lebih besar dari nilai r tabel pada taraf signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan $df = n - 2$. Dengan jumlah sampel $n = 405$ ($df = 403$), nilai r tabel yang digunakan adalah 0,098. Uji validitas dilakukan terpisah pada data CUQ kondisi formal dan kondisi Generasi Z.

3.9.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi internal instrumen. Reliabilitas dianalisis menggunakan Cronbach's Alpha. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Alpha $\geq 0,70$. Reliabilitas dihitung secara terpisah untuk penilaian pada *chatbot* formal dan *chatbot* Generasi Z.

3.10 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data disusun berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan tingkat usabilitas masing-masing *chatbot*. Uji normalitas dilakukan terhadap distribusi selisih skor CUQ Generasi Z dan Formal. *Paired sample t-test* dilaporkan untuk menguji hipotesis formal mengenai perbedaan rata-rata skor CUQ pada responden yang sama. Karena distribusi selisih tidak normal, Wilcoxon *signed-rank test* juga dilaporkan sebagai analisis nonparametrik pendamping untuk membaca pergeseran ranking selisih. Besaran perbedaan dianalisis menggunakan Cohen's *dz*, sedangkan *order effect* diuji dengan Welch *t-test* terhadap selisih skor berdasarkan urutan pengujian. Analisis statistik dilakukan menggunakan lembar kerja pengolahan data dan skrip statistik berbasis Python dengan pustaka *pandas* untuk pengelolaan data serta *scipy.stats* untuk uji normalitas, *paired sample t-test*, Wilcoxon *signed-rank*, dan Welch *t-test*. Pada Wilcoxon *signed-rank*, pasangan dengan selisih nol diperlakukan mengikuti konvensi *zero differences* sehingga tidak disertakan dalam perhitungan ranking; p-value dilaporkan dua sisi.

Paired sample t-test tetap dilaporkan karena hipotesis utama dirumuskan sebagai perbedaan rata-rata skor pada responden yang sama. Namun, karena distribusi selisih tidak normal, Wilcoxon *signed-rank* digunakan sebagai analisis sensitivitas nonparametrik. Kedua hasil uji dibaca bersama ukuran efek Cohen's *dz* agar interpretasi tidak hanya bergantung pada signifikansi statistik, tetapi juga memperhatikan kekuatan perbedaan secara praktis.

Tabel 3.5. Kesesuaian Rumusan Masalah, Tujuan, dan Teknik Analisis

Rumusan Masalah	Tujuan	Teknik Analisis	Output
Tingkat usabilitas <i>chatbot</i> formal dan Gen-Z	Mendeskripsikan skor usabilitas tiap kondisi	Statistik deskriptif	Mean, SD, median, minimum, maksimum
Perbedaan skor CUQ formal dan Gen-Z	Menguji perbedaan pada responden yang sama	Uji normalitas selisih; <i>paired sample t-test</i> /Wilcoxon	t, df, p-value, keputusan hipotesis

Aspek usability paling menonjol	Mengidentifikasi dimensi paling membedakan dua kondisi	Analisis deskriptif item/klaster CUQ	Dimensi dengan selisih skor terbesar
Besar perbedaan	Menilai kekuatan efek gaya bahasa	Cohen's dz	Kategori efek kecil/sedang/besar
Bias urutan	Memastikan hasil tidak dipengaruhi urutan pengujian	<i>Independent sample t-test</i> terhadap selisih skor berdasarkan urutan	p-value <i>order effect</i>

3.11 Kriteria Pengujian Hipotesis

Hipotesis statistik dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: H0 menyatakan tidak terdapat perbedaan rata-rata skor CUQ antara *chatbot* bergaya bahasa formal dan *chatbot* bergaya bahasa Generasi Z pada responden yang sama. H1 menyatakan terdapat perbedaan rata-rata skor CUQ antara *chatbot* bergaya bahasa formal dan *chatbot* bergaya bahasa Generasi Z pada responden yang sama.

Kriteria pengambilan keputusan adalah: jika nilai signifikansi $p < 0,05$, maka hasil uji dinyatakan signifikan secara statistik; jika $p \geq 0,05$, maka hasil uji tidak signifikan. Untuk hipotesis yang dirumuskan sebagai perbedaan rata-rata, *paired sample t-test* digunakan sebagai rujukan langsung terhadap rata-rata selisih dan dibaca bersama interval kepercayaan 95%. Wilcoxon *signed-rank test* digunakan sebagai analisis nonparametrik pendamping ketika distribusi selisih tidak normal, dengan memperhatikan bahwa pasangan dengan selisih nol (*zero differences*) tidak disertakan dalam perhitungan ranking. Besarnya perbedaan dilaporkan menggunakan Cohen's dz dengan interpretasi umum: sekitar 0,20 sebagai efek kecil, sekitar 0,50 sebagai efek sedang, dan sekitar 0,80 sebagai efek besar. Dengan demikian, signifikansi statistik tetap ditafsirkan bersama ukuran efek agar tidak menghasilkan klaim praktis yang berlebihan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, simpulan penelitian ini disusun secara langsung untuk menjawab rumusan masalah sebagai berikut:

1. Tingkat usabilitas pada *chatbot* bergaya bahasa formal dan *chatbot* bergaya bahasa Generasi Z relatif setara. *Chatbot* formal memperoleh skor CUQ rata-rata 72,92, sedangkan *chatbot* Generasi Z memperoleh skor rata-rata 73,50. Selisih rata-rata hanya 0,57 poin pada skala 0–100, sehingga tidak cukup kuat untuk menyatakan adanya keunggulan deskriptif yang substantif pada salah satu gaya bahasa.
2. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *paired sample t-test* tidak menemukan perbedaan rata-rata yang signifikan antara tingkat usabilitas *chatbot* bergaya bahasa formal dan *chatbot* bergaya bahasa Generasi Z (Sig. = 0,157), dengan interval kepercayaan 95% selisih rata-rata [-0,22; 1,36] yang mencakup nol. Uji Wilcoxon signed-rank sebagai analisis sensitivitas nonparametrik menunjukkan indikasi pergeseran ranking (Sig. = 0,003), tetapi ukuran efek Cohen's *d* sebesar 0,070 menunjukkan bahwa perbedaan tersebut sangat kecil secara praktis. Oleh karena itu, temuan ini tidak cukup untuk menyatakan adanya keunggulan praktis yang kuat pada salah satu gaya bahasa *chatbot*.
3. Tidak terdapat dimensi usabilitas yang menjadi pembeda kuat antara kedua kondisi. Analisis kluster CUQ sebagai pembacaan deskriptif eksploratif menunjukkan bahwa Persona & Afeksi sedikit lebih tinggi pada *chatbot* Generasi Z, sedangkan Kualitas Informasi sedikit lebih

tinggi pada *chatbot* formal. Namun, seluruh selisih antarklaster sangat kecil sehingga perbedaan gaya bahasa belum terbukti menjadi faktor dominan dalam membentuk persepsi usabilitas responden.

5.2 Implikasi Teoretis

Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis bagi perkembangan kajian komunikasi digital dan komunikasi manusia-media:

1. Evolusi Teori CMC (*Computer-Mediated Communication*): penelitian ini menunjukkan bahwa isyarat tekstual dalam komunikasi manusia-*chatbot* tetap penting, tetapi tidak selalu menghasilkan perbedaan persepsi usabilitas yang signifikan. Dengan demikian, teori CMC perlu digunakan bersama pertimbangan kualitas isi pesan, alur interaksi, dan konteks penggunaan media.
2. Penguatan Model TAM (*Technology Acceptance Model*): temuan ini menunjukkan bahwa gaya bahasa belum cukup untuk menjelaskan peningkatan *Perceived Ease of Use* (PEOU) dan *Perceived Usefulness* (PU). Dalam konteks *chatbot* PMB, penerimaan pengguna lebih tepat dipahami sebagai hasil gabungan antara kejelasan bahasa, relevansi informasi, kemudahan navigasi, dan kualitas respons *chatbot*. Paradigma S-O-R tetap relevan, tetapi jalur stimulus gaya bahasa menuju respons usabilitas tidak terbukti kuat dalam dataset ini.

5.3 Implikasi Praktis dan Rekomendasi Strategis

Berdasarkan temuan penelitian, berikut adalah rekomendasi strategis bagi Universitas Lampung (Unila), khususnya bagi tim pengelola PMB dan unit Teknologi Informasi:

5.3.1 Redesain Gaya Bahasa *Chatbot* PMB Unila

Universitas Lampung disarankan mengembangkan gaya bahasa *chatbot* secara hibrida, bukan mengganti sepenuhnya gaya formal dengan gaya Generasi Z. Strategi yang disarankan adalah mempertahankan akurasi dan kredibilitas komunikasi institusional, tetapi menyederhanakan

kalimat agar lebih ringkas, ramah, dan mudah dipahami oleh calon mahasiswa.

Dalam penelitian ini, gaya bahasa *hybrid* didefinisikan sebagai strategi komunikasi *chatbot* yang mempertahankan akurasi, kredibilitas, dan struktur informasi formal untuk konten administratif PMB, tetapi menggunakan sapaan, transisi, dan penjelasan yang lebih ringkas, ramah, dan mudah dipahami oleh Generasi Z. *Hybrid* bukan berarti mencampur bahasa resmi dengan slang secara bebas, melainkan menyesuaikan tingkat formalitas pesan dengan konteks kebutuhan pengguna.

1. Diksi & Sapaan: gunakan sapaan yang ramah tetapi tetap proporsional. Contoh: kalimat “Harap Saudara memperhatikan persyaratan...” dapat disederhanakan menjadi “Halo Kak, berikut syarat yang perlu diperhatikan agar pendaftaran berjalan lancar.”
2. Visual Cues (*Emoji*): penggunaan *emoji* dapat dipertimbangkan secara terbatas dan fungsional, terutama untuk membantu navigasi atau menandai informasi penting. Namun, penggunaannya perlu disesuaikan dengan karakter layanan resmi perguruan tinggi.
3. Keautentikan Persona: *chatbot* dapat diberi identitas layanan yang jelas, misalnya “Asisten PMB Unila”, agar pengguna memahami fungsi *chatbot* sebagai kanal informasi resmi, bukan sekadar percakapan informal.

Tabel 5.1. Rekomendasi Operasional Gaya Bahasa *Hybrid Chatbot* PMB

Situasi Layanan	Gaya Bahasa yang Disarankan	Contoh Prinsip
Sapaan awal	Semi-formal, ramah	Menyapa pengguna dengan hangat tanpa menghilangkan identitas resmi layanan PMB.
Informasi jadwal, biaya, syarat, dan prosedur	Formal-ringkas	Mengutamakan akurasi, poin-poin jelas, dan menghindari istilah ambigu.

Penjelasan teknis pendaftaran	Formal sederhana	Menyajikan langkah berurutan agar mudah diikuti calon pendaftar.
Klarifikasi dan pertanyaan lanjutan	Dialogis-semi-formal	Mengundang pengguna memilih topik atau memperjelas pertanyaan.
Error handling	Empatik dan memandu	Mengakui keterbatasan sistem, lalu menawarkan kata kunci atau opsi bantuan operator.
Eskalasi ke admin/operator	Meyakinkan dan resmi	Menjelaskan bahwa pertanyaan teknis akan diteruskan ke petugas yang berwenang.

Rekomendasi operasional tersebut disusun berdasarkan temuan bahwa aspek persona sedikit lebih kuat pada *chatbot* Generasi Z, sedangkan kualitas informasi sedikit lebih kuat pada *chatbot* formal. Oleh karena itu, strategi *hybrid* menjadi pilihan yang lebih proporsional dibandingkan mengganti seluruh gaya komunikasi *chatbot* menjadi informal.

5.3.2 Pengembangan SOP Komunikasi *Chatbot*

Universitas Lampung perlu menyusun standar prosedur komunikasi khusus *chatbot* yang mencakup:

1. Tahap Pembukaan: Sambutan proaktif yang menyebutkan nama pengguna (jika terdeteksi) untuk membangun kedekatan instan.
2. Tahap Klarifikasi: Menggunakan kalimat tanya yang mendorong dialog (misal: "Gimana Kak, info jalurnya sudah jelas atau ada yang mau ditanya lagi?").
3. Penanganan Kesalahan (*Error Handling*): Jika sistem tidak memahami input, *chatbot* harus merespons dengan gaya bahasa yang rendah hati dan memandu pengguna untuk bertanya kembali dengan kata kunci lain, bukan sekadar memberikan pesan eror teknis.

SOP komunikasi *chatbot* juga perlu memuat standar pemutakhiran informasi, terutama pada masa PMB ketika jadwal, syarat, biaya, dan pengumuman dapat berubah. Setiap perubahan informasi resmi harus segera tercermin dalam basis pengetahuan *chatbot* agar kualitas informasi tetap konsisten dengan dokumen pengumuman PMB Universitas Lampung.

4. Eskalasi Cepat: Menyediakan opsi transisi ke operator manusia (*human-agent*) dengan bahasa yang meyakinkan jika pertanyaan bersifat sangat mendalam.

5.3.3 Strategi Segmentasi Pesan

Meskipun gaya Generasi Z tidak terbukti lebih unggul secara signifikan dalam dataset ini, Unila tetap dapat menerapkan strategi hibrida berdasarkan karakter kanal komunikasi:

1. Saluran *Chatbot* (WhatsApp/Web): menggunakan bahasa semi-formal, ringkas, ramah, dan jelas untuk interaksi tanya jawab dan bimbingan teknis.
2. Dokumen Resmi (PDF/Pengumuman): tetap mempertahankan gaya formal untuk surat keputusan, aturan hukum, dan kebijakan resmi guna menjaga otoritas institusi.

5.4 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa batasan yang perlu diperhatikan dalam interpretasi hasilnya:

1. Sifat Persepsi Sesaat: Evaluasi dilakukan berdasarkan satu kali interaksi dalam durasi singkat (*situated experience*). Persepsi usability mungkin berubah jika pengguna berinteraksi dengan *chatbot* secara berulang dalam jangka waktu lama.

Counterbalancing Tidak Seimbang: urutan pengujian Formal -> Generasi Z dan Generasi Z -> Formal belum terbagi secara proporsional 50:50. Meskipun uji *order effect* menunjukkan tidak

terdapat pengaruh signifikan, ketidakseimbangan ini tetap dicatat sebagai batasan desain lapangan.

2. Konteks Lokal: Sampel penelitian terfokus pada wilayah Lampung. Meskipun Generasi Z memiliki karakteristik global, faktor budaya lokal (misalnya tingkat kesopanan atau ekspektasi terhadap institusi pemerintah) mungkin memberikan variasi yang berbeda jika diuji di wilayah lain.
3. Keterbatasan Instrumen CUQ: Meskipun CUQ sangat baik dalam mengukur usabilitas, instrumen ini belum mendalami aspek psikologis yang lebih dalam seperti tingkat kepercayaan (*trust*) atau empati yang dirasakan pengguna secara spesifik.
Adaptasi Bahasa Instrumen: CUQ digunakan dalam versi Bahasa Indonesia melalui adaptasi redaksional untuk kebutuhan penelitian. Penelitian ini tidak dimaksudkan sebagai validasi lintas budaya penuh terhadap CUQ, sehingga hasil validitas dan reliabilitas dibaca dalam konteks sampel dan situasi penelitian ini.

5.5 Saran Penelitian Lanjutan

Untuk pengembangan ilmu komunikasi digital di masa depan, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk:

1. Penambahan Variabel Emosional: Mengintegrasikan variabel seperti kepercayaan (*trust*), kredibilitas institusi, dan *perceived empathy* untuk melihat keterkaitannya dengan usabilitas *chatbot*.
2. Studi *Longitudinal*: Mengamati bagaimana persepsi usabilitas berkembang setelah pengguna menggunakan *chatbot* selama satu periode penuh proses pendaftaran PMB.
3. Analisis Isi (*Content Analysis*): Melakukan analisis kualitatif terhadap transkrip percakapan asli antara pengguna dan *chatbot* untuk memetakan pola bahasa unik yang muncul dari sisi pengguna Generasi Z.

4. Eksperimen Avatar: Menguji apakah penggunaan avatar visual (wajah manusia vs wajah robot) di samping gaya bahasa dapat memberikan pengaruh sinergis terhadap usabilitas komunikasi.

Eksperimen Kualitas Informasi: penelitian lanjutan juga dapat menguji variasi kualitas informasi, misalnya jawaban ringkas vs jawaban rinci, jawaban berbasis menu vs dialog bebas, serta respons dengan dan tanpa tautan resmi. Pengujian ini penting karena hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas informasi dapat menjadi faktor yang lebih menentukan daripada gaya bahasa semata.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan *chatbot* PMB Universitas Lampung perlu diarahkan pada komunikasi institusional yang akurat, jelas, ramah, dan adaptif. *Chatbot* tidak hanya berperan sebagai alat otomatisasi informasi, tetapi juga sebagai representasi digital universitas yang harus menjaga kredibilitas sekaligus mampu berkomunikasi dengan cara yang mudah dipahami oleh Generasi Z.

DAFTAR PUSTAKA

- Clarizia, F., Colace, F., Lombardi, M., Pascale, F., & Santaniello, D. 2018. "Chatbot: An Education Support System for Student." In A. Castiglione, F. Pop, M. Ficco, & F. Palmieri (Eds.), *Cyberspace Safety and Security, Lecture Notes in Computer Science*, pp. 291–302. Cham: Springer. DOI: 10.1007/978-3-030-01689-0_23.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. 2018. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Davis, F. D. 1989. "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology." *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Effendy, Onong Uchjana. 2017. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Herring, S. C. 1996. *Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives*. Amsterdam: John Benjamins.
- Hidayat, Roni. 2021. "Interaktivitas Media Digital dalam Komunikasi Perguruan Tinggi." *Jurnal Studi Komunikasi*, 5(3), 210–222.
- Holmes, S., Moorhead, A., Bond, R. R., Zheng, H., Coates, V., & McTear, M. 2019. "Usability testing of a healthcare chatbot: Can we use conventional methods to assess conversational user interfaces?" *Proceedings of the 31st European Conference on Cognitive Ergonomics (ECCE 2019)*. DOI: 10.1145/3335082.3335094.
- Holmes, S., Bond, R. R., Moorhead, A., Zheng, J., Coates, V., & McTear, M. 2023. "Towards Validating a Chatbot Usability Scale." In A. Marcus, E. Rosenzweig, & M. M. Soares (Eds.), *Design, User Experience, and Usability – DUXU 2023, Lecture Notes in Computer Science*, Vol. 14033, pp. 321–339. Cham: Springer. DOI: 10.1007/978-3-031-35708-4_24.
- Kartika, Tina. 2020. "Efektivitas Komunikasi Organisasi di Universitas Lampung." *Jurnal Komunikasi dan Pendidikan*, 11(2), 95–104.
- Kasali, Rhenald. 2018. *The Great Shifting*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Keraf, Gorys. 2010. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Mehrabian, A., & Russell, J. A. 1974. *An Approach to Environmental Psychology*. Cambridge, MA: MIT Press.

Prasetyo, Adi, & Wulandari, Sinta. 2019. "Pemanfaatan Media Digital dalam Layanan Informasi Akademik Perguruan Tinggi." *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 45–56.

Putri, Rahma. 2023. "Pengaruh Gaya Bahasa terhadap Persepsi Pengguna Chatbot Layanan Publik." *Jurnal Komunikasi Digital*, 6(2), 120–132.

Rahardjo, Budi. 2022. *Evaluasi Usabilitas Media Digital dalam Layanan Informasi Pendidikan Tinggi*. Tesis. Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia.

Sari, Dewi, & Nugroho, Bima. 2022. "Karakteristik Komunikasi Generasi Z dalam Media Digital." *Jurnal Komunikasi Massa*, 14(1), 67–79.

Susanto, Arief. 2021. "Usabilitas Media Digital dalam Komunikasi Layanan Pendidikan." *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 9(2), 134–146.

Ulster University. n.d. *Chatbot Usability Questionnaire Usage Guide*. Diakses 3 Februari 2026.

https://www.ulster.ac.uk/__data/assets/pdf_file/0009/478809/Chatbot-Usability-Questionnaire.pdf

Universitas Lampung. 2025. "Unila gelar rapat pleno penetapan daya tampung PMB 2026." Diakses 17 Januari 2026. <https://www.unila.ac.id/unila-gelar-rapat-pleno-penetapan-daya-tampung-pmb-2026/>

Walther, J. B. 1996. "*Computer-mediated communication*: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction." *Communication Research*, 23(1), 3–43.

Wibowo, Ari. 2020. *Pengalaman Pengguna dalam Komunikasi Digital*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Xu, A., Liu, Z., Guo, Y., Sinha, V., & Akkiraju, R. 2017. "A New *Chatbot* for Customer Service on Social Media." *Proceedings of the 2017 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, pp. 3506–3510. New York: Association for Computing Machinery. DOI: 10.1145/3025453.3025496.