

Pengaruh Penggunaan Chat GPT Terhadap Efisiensi Komunikasi Pada Karyawan PT Modern Abadi

Adelia Enhit Saputri^{1*}, Happy Prasetyawati²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Inter Studi, Kebayoran Baru, Jakarta

Email : ^{1*}Adelenhit@gmail.com

(* : coresponding author)

Abstrak - Dalam era bisnis yang terus berkembang, komunikasi internal yang efektif menjadi faktor kunci dalam mencapai kesuksesan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh penggunaan Chat GPT terhadap efisiensi komunikasi karyawan di PT Modern Abadi. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dengan uji hipotesis uji t dan koefisien determinasi. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarikan melalui Google Form kepada 50 responden yang merupakan karyawan PT Modern Abadi. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai t hitung (11,180) lebih besar dari t tabel (2,011) dan koefisien determinasi sebesar 72,3%, mengindikasikan adanya pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan Chat GPT (Variabel X) terhadap Efisiensi Komunikasi (Variabel Y) pada Karyawan di PT Modern Abadi. Temuan ini menegaskan bahwa pemanfaatan teknologi Chat GPT secara efektif dapat meningkatkan efisiensi komunikasi internal di perusahaan. Abstrak ini memberikan gambaran ringkas tentang pentingnya pemanfaatan teknologi dalam meningkatkan efisiensi komunikasi di tempat kerja dan implikasinya bagi perusahaan dalam menghadapi perkembangan bisnis dan teknologi yang terus maju. Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa perusahaan dapat memanfaatkan teknologi Chat GPT sebagai alat untuk meningkatkan efisiensi komunikasi internal, menghasilkan lingkungan kerja yang lebih kolaboratif dan responsif, serta menjaga daya saing dalam dunia bisnis yang cepat berubah.

Kata Kunci: Chat GPT, Efisiensi Komunikasi, Teknologi Komunikasi

***Abstract** - In the ever-evolving business landscape, effective internal communication has emerged as a pivotal factor in achieving organizational success. This study aims to investigate the influence of Chat GPT utilization on the communication efficiency among employees at PT Modern Abadi. The research methodology employed a simple linear regression analysis with hypothesis testing using t-test and determination coefficient. Data were collected through a questionnaire distributed via Google Form to 50 respondents who are employees of PT Modern Abadi. The results of the analysis indicate that the computed t-value (11.180) surpasses the critical t-table value (2.011), and the determination coefficient is 72.3%, signifying a positive and significant impact of Chat GPT usage (Variable X) on Communication Efficiency (Variable Y) among Employees at PT Modern Abadi. These findings underscore the effective utilization of Chat GPT technology in enhancing internal communication efficiency within the company. This abstract provides a succinct overview of the significance of technology implementation in elevating workplace communication efficiency and its implications for businesses in navigating the rapidly advancing realms of business and technology. The implications of this research suggest that companies can leverage Chat GPT technology as a tool to enhance internal communication efficiency, foster a more collaborative and responsive work environment, and maintain competitiveness in a swiftly changing business world.*

Keywords: Chat GPT, Communication Efficiency, Communication Technology

1. PENDAHULUAN

Komunikasi internal yang efektif merupakan faktor penting dalam kesuksesan sebuah perusahaan. Komunikasi internal yang efisien akan mempermudah karyawan dalam mengakses informasi dan mempercepat proses pengambilan keputusan (Putra, Hakim, Ramadhan, & Fuadin, 2023). Seiring dengan kemajuan teknologi, perusahaan-perusahaan mulai memanfaatkan *chatbot* untuk mempercepat dan mempermudah proses komunikasi internal. Kemajuan teknologi modern yang sangat berkembang telah mengubah secara signifikan cara orang berkomunikasi secara *online* (Pinuji, 2019).

Dengan strategi kreatif, kemampuan potensial Chat GPT dapat mendorong kemajuan di bidang akademis dan kepastakawanan. Untuk memungkinkan kolaborasi melalui teknologi guna meningkatkan mutu karya, menghasilkan pengetahuan ilmiah baru, dan melatih generasi berikutnya

dari para profesional, sangat penting untuk sepenuhnya menyadari bagaimana teknologi ini digunakan dengan tanggung jawab.

Chat GPT adalah model generatif berbasis transformer yang dilatih dengan jutaan teks untuk memprediksi kata-kata berikutnya dalam kalimat (Alexander, 2023). Model ini dapat digunakan untuk menghasilkan teks dalam berbagai konteks, seperti percakapan dengan *chatbot* atau penghasilan teks secara otomatis. Dapat disimpulkan bahwa chat GPT adalah salah satu model generatif terbaik dalam tugas-tugas pemrosesan bahasa alami, seperti pengenalan entitas, pemisahan kata, dan tugas-tugas lain yang memerlukan pemahaman bahasa alami yang canggih. Model ini mampu menghasilkan teks yang mirip dengan teks yang ada dalam data pelatihan dengan kemampuan yang sangat baik (Supriyadi, 2022).

Berdasarkan survei Populix, penggunaan aplikasi berbasis kecerdasan buatan (AI) semakin populer di Indonesia. Sekitar 45% pekerja dan pengusaha di Indonesia telah menggunakan aplikasi AI untuk membantu meningkatkan efisiensi dalam pekerjaan mereka. Survei ini dilakukan secara *online* oleh Populix pada bulan April 2023, melibatkan 530 responden dari total 1.014 pekerja dan pengusaha di Indonesia. Responden berasal dari berbagai kelompok usia dan wilayah, dengan mayoritas dari pulau Jawa (76%) dan kelompok usia 17-25 tahun (51%), diikuti oleh kelompok usia 26-35 tahun (33%) (Annur, 2023). GPT merupakan sebuah model *deep learning* yang dirancang untuk memproses teks dan menghasilkan teks yang mirip dengan tulisan manusia. Selama beberapa tahun terakhir, GPT sudah mengalami kemajuan yang signifikan dan telah menjadi salah satu model bahasa teknologi terbaik yang tersedia saat ini. GPT berfungsi dengan cara memproses teks masukan dan menghasilkan teks keluaran berdasarkan pemahaman terhadap konteks dari teks masukan. Proses ini dilakukan dengan menggunakan jaringan saraf yang sangat besar yang dilatih dengan data yang sangat besar pula. Dalam konteks penggunaan Chat GPT, model ini akan dilatih dengan data teks percakapan manusia untuk memahami dan menghasilkan respons yang lebih mirip dengan tulisan manusia (Putra, Hakim, Ramadhan, & Fuadin, 2023).

Melihat dari perkembangan Chat GPT yang meningkat akan berkesinambungan dengan banyaknya perusahaan yang memakai teknologi tersebut. PT Modern Abadi adalah sebuah perusahaan teknologi yang didirikan pada tahun 2015 oleh William Tunggaldjaja. Perusahaan ini memiliki beberapa lini bisnis, yaitu E-commerce dengan merek dagang Asmaraku dan *Software as a service* (SaaS) dengan merek dagang BitByBit dan AsmaraKu. Asmaraku adalah layanan E-commerce yang fokus pada penjualan produk-produk keromantisan, seperti alat-alat vital berkualitas tinggi dan terjangkau. Produk-produk yang dijual di Asmaraku dapat dipercaya keasliannya dan dijamin kualitasnya. Selain itu, Asmaraku juga menyediakan layanan yang mudah dan terpercaya untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Untar, 2015)

Dengan menyediakan layanan terbaik dan konsisten, PT Modern Abadi secara berkelanjutan dapat menjaga kepuasan klien. Perusahaan ini memiliki tim yang profesional dan berpengalaman dalam bidangnya, sehingga produk dan layanan yang dihasilkan selalu berkualitas dan inovatif. Sebagai perusahaan yang memiliki banyak karyawan, PT Modern Abadi membutuhkan sistem komunikasi internal yang efektif untuk memastikan kelancaran operasional perusahaan. Dikarenakan PT Modern Abadi bergerak di bidang digital dan teknologi, banyak sekali aktivitas komunikasi yang dilakukan melalui digital (Untar, 2015)

Pengusaha pasti akan melakukan berbagai kegiatan pemasaran dalam komunikasi bisnis mereka, termasuk promosi. Sebagai salah satu elemen pemasaran yang penting, promosi sangat berperan dalam kesuksesan produk, barang dan jasa, maupun bisnis lainnya (Putri, 2019). *Chatbot* saat ini kerap digunakan oleh para karyawan untuk menyederhanakan dan mempercepat komunikasi internal. Untuk berhasil dan efisien menyampaikan pesan perusahaan, komunikasi bisnis yang baik juga harus tepat (Rosyadi, 2018)

Namun, *chatbot* yang digunakan masih menggunakan algoritma sederhana dan belum mampu memberikan respons yang optimal. Dalam beberapa tahun terakhir, teknologi *language model* seperti GPT telah mengalami perkembangan yang pesat dan menjadi alternatif yang menjanjikan untuk meningkatkan kemampuan *chatbot* dalam memahami bahasa manusia dan

memberikan respons yang lebih relevan. Dengan menggunakan GPT, *chatbot* dapat menghasilkan respons yang lebih manusiawi dan memuaskan bagi pengguna.

Di dunia yang semakin digital dan canggih secara teknologi, komunikasi telah menjadi faktor paling penting dalam kesuksesan suatu organisasi. Komunikasi yang efektif dan efisien antar rekan kerja dapat meningkatkan produktivitas dan kualitas kerja. Salah satu teknologi khusus yang bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi komunikasi adalah Chat GPT. ChatGPT adalah model AI yang telah *dipretrained* yang dirancang untuk terlibat dalam percakapan bahasa alami, dengan menggunakan teknik-teknik canggih dari *Natural Language Processing (NLP)*, *Supervised Learning*, dan *Reinforcement Learning* untuk memahami dan menghasilkan teks yang sebanding dengan teks yang dihasilkan manusia (Roumeliotis & Tselikas, 2023). Teknologi ini telah digunakan dalam berbagai bidang, termasuk di tempat kerja untuk meningkatkan efisiensi komunikasi antar karyawan.

Chat GPT adalah arsitektur jaringan saraf yang memperluas model Transformer dengan tujuan pemodelan bahasa otonom (Setiawan & Luthfiyani, 2023). PT Modern Abadi telah terbukti mampu mencapai kinerja terbaik pada berbagai tugas pemrosesan bahasa alami Model bahasa besar seperti GPT-2 dan GPT-3 telah unggul dalam berbagai tugas yang terkait dengan pemrosesan bahasa alami. Model-model ini telah di-*pretraining* pada jumlah besar data teks, sehingga dapat menghasilkan *output* berkualitas tinggi dengan sedikit atau tanpa pelatihan tambahan. Dalam bidang kesehatan, menemukan bahwa *chatbot* yang menggunakan teknologi GPT dapat membantu meningkatkan kualitas komunikasi antara dokter dan pasien. *Chatbot* ini dapat menghasilkan respons yang lebih cepat, akurat, dan efektif dalam memberikan saran medis yang personal (Misnawati, 2023). Chat GPT memungkinkan pekerja untuk dengan cepat dan akurat mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Hal ini dapat membantu meningkatkan produktivitas dan memperbaiki kualitas pekerjaan di tempat kerja.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh penggunaan Chat GPT terhadap efisiensi komunikasi di PT Modern Abadi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang potensi Chat GPT dalam meningkatkan efisiensi komunikasi di tempat kerja. Dan dapat disimpulkan bahwa GPT adalah salah satu teknologi *language model* terbaik saat ini yang dapat digunakan untuk memproses dan menghasilkan teks yang mirip dengan tulisan manusia. Dalam konteks penggunaan Chat GPT, teknologi ini dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi komunikasi antar karyawan PT Modern Abadi dengan menghasilkan respons yang lebih cepat, akurat, dan efektif.

1.1 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah penelitian ini yaitu bagaimana pengaruh penggunaan chat GPT terhadap efisiensi komunikasi karyawan di PT Modern Abadi?

1.2 Tujuan Penelitian

Dari semua pemaparan di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan chat GPT terhadap efisiensi komunikasi karyawan di PT Modern Abadi.

1.3 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini ada beberapa manfaat yaitu:

a. Manfaat Teoritis atau Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu dan menambah pengetahuan pembaca dalam memahami pengaruh chat GPT dan memberikan kontribusi pada pengembangan pengetahuan dan teori tentang penggunaan Chat GPT dalam komunikasi di tempat kerja.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan manfaat praktis bagi PT Modern Abadi dalam mengimplementasikan penggunaan ChatGPT sebagai alat komunikasi di tempat kerja untuk meningkatkan efisiensi komunikasi karyawan. Selain itu, temuan penelitian ini juga dapat

memberikan manfaat bagi organisasi lain dalam industri yang sama yang tertarik untuk mengadopsi ChatGPT sebagai alat komunikasi di tempat kerja.

2. TINJAUAN LITERATUR

2.1 Penelitian Terdahulu

Studi yang dilakukan oleh Julianto, Kurniadi, Septiana, & Sutedi (2023) yang menguji efektivitas penggunaan Chat GPT dalam meningkatkan efisiensi komunikasi antara manusia dan mesin. Dalam penelitian ini, para peneliti mengevaluasi efektivitas komunikasi manusia-mesin dalam dua kondisi: satu menggunakan Chat GPT dan satu tanpa menggunakannya. Temuan menunjukkan bahwa dengan menggunakan Chat GPT dinilai dapat meningkatkan efektivitas komunikasi manusia-mesin dengan mengurangi waktu yang dibutuhkan untuk memahami pesan dan mempercepat waktu tanggapan.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Putra et al. (2023) menunjukkan bahwa Chat GPT dapat membantu meningkatkan efisiensi komunikasi antara manusia dan mesin dalam konteks layanan pelanggan. Dalam penelitian ini, para peneliti menunjukkan bahwa penggunaan Chat GPT dapat membantu meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menyediakan respons yang lebih cepat dan lebih akurat.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sudirjo, Ausat, Rijal, Raidy, & Suherlan (2023), penggunaan teknologi kecerdasan buatan seperti ChatGPT memiliki potensi besar dalam meningkatkan efisiensi komunikasi UMKM. Dalam konteks UMKM, ChatGPT dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi komunikasi antara pelanggan dan pemilik bisnis. Selain itu, penggunaan teknologi kecerdasan buatan seperti ChatGPT juga dapat menjadi keuntungan bersaing bagi UMKM dalam mengembangkan bisnis mereka di era digital yang semakin berkembang.

2.2 Kajian Teori

Kajian teoritis ini menggunakan beberapa teori yang relevan untuk menjelaskan bagaimana penggunaan Chat GPT dapat memengaruhi efisiensi komunikasi. Berikut merupakan kajian teoritis yang dapat di deskripsikan:.

a. Pengertian *Chatbot*

Sebuah perangkat lunak komputer berbasis internet yang dikenal sebagai "*chatbot*" dirancang untuk menirukan percakapan dengan manusia sebenarnya. (Roumeliotis & Tselikas, 2023). Agar dapat memahami dan memberikan tanggapan yang mudah dimengerti, *chatbot* sering kali dilengkapi dengan teknologi kecerdasan buatan dan pemrosesan bahasa alami. Beberapa industri yang memanfaatkan *chatbot* meliputi dukungan pelanggan, pemasaran, dan pendidikan. *Chatbot* dapat membantu mengurangi waktu yang diperlukan untuk memproses informasi, meningkatkan kecepatan tanggapan pada permintaan atau pertanyaan karyawan, dan memungkinkan komunikasi yang lebih efektif dan cepat. *Chatbot* dapat digunakan untuk berbagai tujuan, seperti melayani pelanggan, memberikan informasi, atau bahkan untuk menghibur pengguna. *Chatbot* adalah program komputer yang menggunakan teknologi pemrosesan bahasa alami dan pengenalan bahasa alami untuk berkomunikasi dengan pengguna melalui komunikasi teks atau suara. Sebagai program komputer, *chatbot* menggunakan pemrosesan bahasa alami guna lebih baik memahami dan merespons bahasa manusia. (Julianto et al., 2023). Siapa pun yang memiliki koneksi internet dapat menggunakan ChatGPT karena sistem kecerdasan buatan ini. Saat memanfaatkan ChatGPT, terdapat beberapa hal yang perlu diingat:

- 1) Tujuan Penggunaan: ChatGPT dimaksudkan untuk digunakan sebagai alat bantu komunikasi dan pertukaran informasi, bukan untuk tujuan ilegal atau merugikan orang lain.
- 2) Bahasa: ChatGPT terutama didesain untuk berbahasa Inggris, sehingga pengguna yang ingin berkomunikasi dengan ChatGPT sebaiknya memiliki kemampuan berbahasa Inggris yang memadai.

- 3) Etika: Pengguna harus menggunakan ChatGPT dengan sopan dan menghindari penggunaan kata-kata kasar, pelecehan, atau kata-kata yang dapat menyebabkan kerugian atau ketidaknyamanan bagi pengguna lain.
- 4) Keamanan: Pengguna harus memastikan bahwa komputer atau perangkat yang digunakan untuk mengakses ChatGPT aman dan dilindungi dari *malware* atau virus.
- 5) Privasi: Pengguna harus memperhatikan privasi dan informasi pribadi mereka saat berkomunikasi dengan ChatGPT. Pengguna juga harus memastikan bahwa mereka tidak membagikan informasi pribadi atau sensitif melalui ChatGPT.
- 6) Tanggung Jawab: Pengguna bertanggung jawab penuh atas tindakan dan komunikasi yang terjadi saat menggunakan ChatGPT
- 7) Konten yang tidak pantas: Pengguna tidak boleh memasukkan atau mengirimkan konten yang tidak pantas seperti pornografi, kekerasan, diskriminasi, atau penghinaan.
- 8) Penggunaan komersial: Pengguna tidak boleh menggunakan ChatGPT untuk tujuan komersial atau promosi produk atau jasa tanpa persetujuan tertulis dari pengembang.
- 9) Keterbatasan teknis: Pengguna harus memahami bahwa ChatGPT masih memiliki keterbatasan dalam memahami konteks dan penggunaan bahasa tertentu, sehingga tidak selalu dapat memberikan jawaban yang akurat atau relevan dalam setiap situasi.
- 10) Perubahan dan penambahan: Pengembang dapat melakukan perubahan dan penambahan pada persyaratan penggunaan ChatGPT sesuai kebijakan dan ketentuan penggunaan. Oleh karena itu, pengguna disarankan untuk memeriksa syarat dan ketentuan penggunaan secara berkala untuk mengikuti perubahan terbaru.

b. *Natural Language Processing*

Cabang ilmu komputer yang disebut "*Natural Language Processing*" (NLP) menjelaskan tentang cara membuat komputer memiliki kemampuan untuk mengartikan, menafsirkan, dan menghasilkan bahasa manusia dengan tepat (Kertati, Sanchez, Basri, Husain, & Tj, 2023). Dalam konteks Chat GPT, NLP memungkinkan mesin untuk memproses dan memahami bahasa manusia dengan baik, sehingga dapat membangun percakapan yang lebih alami dan efektif dengan pengguna. Tujuan dari NLP adalah menghasilkan bahasa yang serupa dengan manusia sebanyak mungkin untuk berbagai kegiatan atau aplikasi. NLP adalah rangkaian teknologi komputer yang didasarkan pada prinsip menganalisis dan menampilkan teks yang terjadi secara alami pada satu atau lebih tingkat linguistik. Pemrosesan Bahasa Alami (*Natural Language Processing* atau NLP) adalah salah satu cabang ilmu komputer dan kecerdasan buatan yang menekankan penggunaan bahasa alami dalam interaksi antara mesin dan manusia. Untuk memungkinkan komputer memahami, menafsirkan, dan menghasilkan bahasa manusia, NLP menggunakan model statistik dan algoritma. Beberapa penggunaan NLP meliputi analisis sentimen, penambangan opini, terjemahan mesin, pengenalan suara, dan ringkasan teks (Leeson, Resnick, Alexander, & Rovers, 2019)

c. Efisiensi komunikasi

Efisiensi komunikasi dalam konteks bisnis sangat penting karena dapat mempercepat pengambilan keputusan, meningkatkan produktivitas karyawan, dan menghemat waktu dan biaya. Penggunaan Chat GPT dapat meningkatkan efisiensi komunikasi karena dapat mempercepat tanggapan pada permintaan atau pertanyaan karyawan, mempercepat pengambilan keputusan, dan meningkatkan efektivitas komunikasi.

Efisiensi komunikasi adalah Kemampuan untuk mengirim dan menerima pesan dengan cepat, tepat, dan efektif memungkinkan pihak yang terlibat dalam komunikasi untuk menggapai tujuan mereka sambil menggunakan waktu dan sumber daya secara efisien (Shidiq, 2023). Oleh karena itu efisiensi komunikasi adalah kemampuan untuk menyampaikan pesan dengan tepat waktu, meminimalkan kesalahan komunikasi, dan menghindari kehilangan informasi, sehingga tujuan komunikasi dapat dicapai dengan waktu dan sumber daya yang efisien. Untuk mencapai efisiensi komunikasi, ada beberapa kriteria atau persyaratan yang perlu dipenuhi, di antaranya:

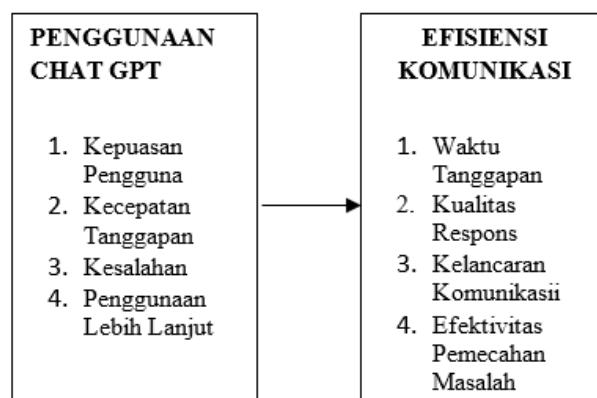
- 1) **Kepahaman Bahasa:** Untuk berkomunikasi dengan efektif, diperlukan pemahaman yang mendalam terhadap bahasa yang biasa dipakai dalam percakapan.
- 2) **Fokus:** Fokus adalah kunci penting dalam mencapai efisiensi dalam komunikasi. Para pihak harus memastikan bahwa mereka fokus pada topik yang sedang dibicarakan dan menghindari distraksi atau topik yang tidak relevan.
- 3) **Keterbukaan:** Keterbukaan dalam komunikasi sangat penting untuk memastikan efisiensi. Para pihak harus terbuka terhadap pendapat dan pandangan orang lain, dan menghindari menutup diri atau membatasi diskusi.
- 4) **Kesopanan:** Kesopanan dalam komunikasi adalah penting untuk memastikan bahwa pesan disampaikan dengan cara yang tepat dan tidak menyinggung orang lain. Para pihak harus menghindari bahasa kasar atau mengambil tindakan yang dapat menyinggung orang lain.
- 5) **Keteraturan:** Komunikasi yang efektif memerlukan keteraturan dan struktur yang jelas. Para pihak harus memastikan bahwa pesan disampaikan secara terstruktur dan dengan jelas agar pesan dapat dipahami dengan baik.
- 6) **Penggunaan teknologi yang tepat:** Teknologi dapat membantu meningkatkan efisiensi dalam komunikasi, asalkan teknologi yang tepat digunakan. Para pihak harus memilih teknologi yang tepat untuk membantu dalam komunikasi, seperti penggunaan email, pesan instan, atau telepon.

d. Teknologi dan Inovasi

Penggunaan teknologi dan inovasi, seperti Chat GPT, dapat memberikan keuntungan kompetitif bagi perusahaan. Teknologi dan inovasi dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan kecepatan tanggapan pada permintaan atau pertanyaan karyawan. Teknologi merupakan inovasi yang memungkinkan manusia menyelesaikan tugas dengan lebih cepat, efektif, dan efisien. *Chatbot*, contohnya ChatGPT, adalah perangkat lunak komputer yang diciptakan untuk meniru percakapan dengan manusia, terutama melalui internet, merupakan salah satu contoh teknologi yang dapat mewujudkan tujuan tersebut.

2.3 Model Analisis

Menurut (Rukman, 2020) model analisis penelitian seperti yang dapat disimak dalam ilustrasi pada **Gambar 1** berikut:



Gambar 1. Model Analisis

2.4 Hipotesis Penelitian

(Ho): Tidak ada pengaruh penggunaan Chat GPT terhadap efisiensi komunikasi karyawan PT Modern Abadi.

(Ha): Penggunaan Chat GPT berpengaruh signifikan terhadap efisiensi komunikasi karyawan PT Modern Abadi.

3. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, digunakan kuesioner dan analisis statistik sebagai bagian dari metode survei kuantitatif. Penjelasan lengkap mengenai teknik penelitian ini disajikan di bawah ini.

3.1 Populasi

Populasi merupakan kelompok besar yang terdiri dari objek dan subjek yang dipilih untuk penelitian, kemudian dipilih untuk penyelidikan lebih lanjut karena memiliki atribut dan ciri-ciri khusus (Suryana, 2012). Selain itu, populasi tidak hanya berdasarkan jumlah orang dalam suatu obyek atau subyek yang dikaji, melainkan mempertimbangkan segala karakteristik atau prinsip yang menyatu dengan obyek atau subyek yang relevan. Pada PT Modern Abadi, jumlah populasi dari seluruh karyawannya adalah sebanyak 50 karyawan.

3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari sebuah populasi yang mempunyai beberapa ciri dengan ketentuan tertentu yang akan diteliti (Suryana, 2012). Dalam hal jumlah penduduk yang besar dan ketidakmampuan penguasa untuk mempelajari segala sesuatu yang terkandung di dalamnya, seperti waktu yang tidak memungkinkan, uang, dan tenaga, seorang peneliti dapat memakai sampel yang diambil dari populasi yang bersangkutan.

Penelitian mengenai PT Modern Abadi ini, menggunakan metode *non probability sampling* dengan pendekatan Sampel Jenuh. Sampel jenuh adalah metode pengambilan sampel di mana seluruh populasi atau kelompok yang menjadi objek penelitian dipilih sebagai sampel. Dengan kata lain, dalam sampel jenuh, semua anggota populasi atau kelompok diikutsertakan dalam penelitian tanpa ada pengecualian atau pemilihan secara acak. Pendekatan sampel jenuh sering digunakan ketika populasi yang diteliti relatif kecil atau terbatas, sehingga memungkinkan untuk mengumpulkan data dari seluruh populasi tersebut (Arianto, 2020). Oleh karena itu, penelitian ini akan melibatkan seluruh karyawan PT Modern Abadi yang berjumlah 50 karyawan.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini memanfaatkan sumber data primer. Data primer merupakan kumpulan fakta yang telah ditarik dan disebarluaskan oleh peneliti langsung dari topik atau objek penelitian. Dalam penelitian yang dilakukan terhadap karyawan di PT Modern Abadi, sampel dari kuesioner menjadi sumber utama data. Kuesioner digunakan sebagai alat penangkap data dalam penelitian ini.

Kuesioner mencakup pertanyaan tentang efisiensi komunikasi sebelum dan setelah penggunaan Chat GPT, seperti jumlah waktu yang dihabiskan untuk menyelesaikan tugas, jumlah kesalahan yang terjadi dalam komunikasi, dan tingkat kepuasan karyawan terhadap penggunaan Chat GPT. Kuesioner akan kevaliditasannya dengan diuji validitas dan reliabilitas kuesioner diuji menggunakan uji reliabilitas Cronbach's alpha. Pengumpulan data dilaksanakan dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada para responden. Kuesioner dapat diisi secara mandiri oleh responden atau diisi secara *online* melalui *platform* survei seperti Google Forms.

3.4 Pengukuran Variabel

Definisi operasional variabel dalam penelitian adalah menjelaskan secara jelas dan spesifik mengenai cara suatu variabel akan diukur dalam penelitian tertentu. Dalam survei ini, peserta diberikan beberapa pilihan berdasarkan skala *likert* yang terdiri dari empat kategori seperti yang tercantum di bawah ini.

- Sangat Setuju (SS) = 4
- Setuju (S) = 3
- Tidak Setuju (TS) = 2
- Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Berikut adalah definisi operasional untuk variabel pengaruh penggunaan Chat GPT terhadap efisiensi komunikasi dalam studi kasus karyawan PT Modern Abadi:

- a. Pengaruh: Dalam konteks ini, pengaruh diukur dengan mengamati apakah penggunaan Chat GPT mempengaruhi efisiensi komunikasi karyawan di PT Modern Abadi. Efek penggunaan Chat GPT terhadap efisiensi komunikasi diukur melalui perbandingan efisiensi komunikasi sebelum dan sesudah penggunaan Chat GPT.
- b. Penggunaan Chat GPT: Penggunaan Chat GPT diukur dengan menghitung frekuensi penggunaan Chat GPT oleh karyawan di PT Modern Abadi untuk berkomunikasi selama periode penelitian.
- c. Efisiensi Komunikasi: Efisiensi komunikasi diukur dengan mengamati seberapa cepat dan efektif karyawan dapat menyampaikan pesan menggunakan Chat GPT. Variabel ini dapat diukur dengan memperhatikan waktu respons dalam pengiriman dan penerimaan pesan, tingkat keberhasilan komunikasi, serta jumlah pesan yang harus dikirim ulang karena ketidakjelasan atau kesalahan.

3.5 Operasional Konsep

Tabel 1. Operasional Konsep

Variabel	Dimensi	Indikator
Penggunaan Chat GPT (X)	Kepuasan Pengguna (Shidiq, 2023)	1. Tingkat kepuasan pengguna dengan respons jawaban dari Chat GPT.
		2. Tingkat kepuasan pengguna dengan kualitas jawaban dari Chat GPT.
		3. Tingkat kepercayaan pengguna terhadap keandalan dan keakuratan Chat GPT.
	Kecepatan Tanggapan (Faiz & Kurniawaty, 2023)	1. Waktu respons yang dibutuhkan oleh Chat GPT untuk memberikan jawaban
		2. Waktu yang diperlukan oleh Chat GPT untuk memproses pertanyaan atau permintaan pengguna.
	Kesalahann (Faiz & Kurniawaty, 2023)	1. Tingkat kesalahan atau ketidaktepatan dalam jawaban yang diberikan oleh Chat GPT.
		2. Tingkat kegagalan dalam memahami pertanyaan atau permintaan pengguna.
	Penggunaan Lebih	1. Tingkat keinginan pengguna untuk terus menggunakan Chat GPT di masa depan.

	<p>Lanjut</p> <p>(Hamada, Alshibli, & Hamada, 2023)</p>	<p>2. Tingkat niat pengguna untuk merekomendasikan Chat GPT kepada orang lain.</p> <p>3. Tingkat penggunaan berulang atau tingkat keterlibatan pengguna dengan Chat GPT.</p>
Efisiensi Komunikasi (Y)	<p>Waktu Tanggapan</p> <p>(Hamada et al., 2023)</p>	1. Waktu rata-rata yang diperlukan oleh Chat GPT untuk memberikan respons.
		2. Waktu minimum dan maksimum yang dibutuhkan oleh Chat GPT dalam memberikan respons.
		3. Persentase respons yang diberikan dalam batas waktu yang ditentukan.
	<p>Kualitas Respons</p> <p>(Hamada et al., 2023)</p>	1. Tingkat kesesuaian jawaban yang diberikan oleh Chat GPT dengan pertanyaan atau masalah yang diajukan.
		2. Tingkat kejelasan dan kelengkapan respons yang diberikan oleh Chat GPT.
		3. Tingkat relevansi informasi yang disediakan oleh Chat GPT dalam responsnya.
	<p>Kelancaran Komunikasi</p> <p>(Syabrina, 2017)</p>	1. Tingkat kegagalan dalam memahami pertanyaan atau permintaan pengguna.
		2. Tingkat kebingungan atau ketidakjelasan dalam respons yang diberikan oleh Chat GPT.
		3. Tingkat kekakuan atau kelainan dalam alur percakapan dengan Chat GPT.
	<p>Efektifitas Pemecahan</p>	1. Tingkat keberhasilan Chat GPT dalam memberikan solusi atau jawaban yang memecahkan masalah pengguna.

	Masalah (Satlita, 2015)	2. Tingkat kepuasan pengguna terhadap respons yang membantu dan bermanfaat dari Chat GPT.
--	--------------------------------	---

3.6 Analisis Data

Analisis regresi digunakan sebagai alat statistik untuk mengkaji data yang diperoleh. Sambil mengurangi dampak risiko dari faktor-faktor lain, analisis regresi digunakan untuk membentuk hubungan antara dua atau lebih variabel. Penelitian ini mencakup pengujian khusus menggunakan:

3.7 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menentukan apakah suatu item kuesioner memiliki keabsahan. Suatu item dianggap sah jika memiliki hubungan yang kuat dengan skor keseluruhan menurut uji signifikan koefisien korelasi pada ambang signifikansi 0,05. Jika r hitung $>$ r tabel, kuesioner penelitian dianggap sah. (Suryana, 2012).

3.8 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah konsistensi rentang pengukuran untuk kuesioner tertentu. Peneliti memakai uji reliabilitas Alpha Cronbach untuk menguji reliabilitas ke item pernyataan dalam kuesioner yang digunakan penelitian ini. Kuesioner yang dinyatakan reliabel jika nilai *Alpha Cronbach* $>$ 0,6 (Suryana, 2012).

3.9 Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk menentukan hubungan antara dua variabel sambil meminimalkan dampak risiko variabel lain. Dalam analisis regresi sederhana, hubungan antara satu variabel yang merupakan variabel yang tidak pasti atau tidak dapat diprediksi dan bersimbol Y dengan variabel lain yang bersimbol X dinyatakan sebagai hubungan linier. Dalam penelitian ini, hubungan kualitas antara kedua variabel diuji. Persamaan yang digunakan untuk menentukan nilai variabel Y dikenal dengan persamaan regresi. Berikut adalah rumus regresi linear sederhana:

$$y = a + bx$$

Keterangan:

y = variabel dependen (efisiensi komunikasi)

x = variabel independen (penggunaan Chat GPT)

a = intercept (nilai konstan)

b = slope (nilai regresi)

3.10 Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode Uji-t dengan tujuan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) memiliki hubungan yang signifikan secara statistik dengan variabel dependen (Y). Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$ (signifikansi 5% atau 0,05) yang merupakan ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian. Di samping itu, dilakukan pengujian koefisien determinasi (R^2) untuk menilai seberapa baik variabel independen dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada dalam interval $0 < r^2 < 1$, semakin mendekati nilai 1 maka tingkat hubungannya semakin kuat. Berikut adalah interpretasi hasil dari nilai r^2 yang dapat dijadikan pedoman (Rifkhan, 2023):

Tabel 2. Interpretasi Koefisien Determinasi

Nilai R-Squared	Tingkat Pengaruh
0 - 0,1999	Sangat Rendah

Nilai R-Squared	Tingkat Pengaruh
0,2 - 0,3999	Rendah
0,4 - 0,5999	Sedang
0,6 - 0,7999	Kuat
0,8 - 1	Sangat Kuat

Sumber: (Rifkhan, 2023)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data, penelitian ini berhasil memperoleh respons dari 50 partisipan, yang menjadi sumber data utama. Divisi-divisi yang ada di PT Modern Abadi termasuk Copywriter, Creative, Finance, HR (Human Resources), IT (Teknologi Informasi), dan Marketing. Dari total responden yang berpartisipasi, hasil penelitian mengungkapkan bahwa 8% dari jumlah karyawan berada di posisi Copywriter, 4% di divisi Creative, 10% tergabung dalam divisi Finance, 4% bertugas di bagian HR, sementara mayoritas signifikan sebanyak 36% berada di sektor IT, dan porsi terbesar mencapai 38% berperan dalam divisi Marketing. Dengan demikian, data yang diperoleh mampu memberikan gambaran yang tepat mengenai sebaran karyawan di PT Modern Abadi.

Tabel 3. Data Divisi Responden

Divisi	Frekuensi	Persentase
Copywriter	4	8%
Creative	2	4%
Finance	5	10%
HR	2	4%
IT	18	36%
Marketing	19	38%
Total	50	100%

4.1 Uji Validitas

Uji validitas dilaksanakan dengan cara melakukan perbandingan antara nilai r hitung dari setiap item pertanyaan dengan nilai r-tabel 0,279, pada tingkat signifikansi uji dua arah sebesar 0,05. Hasil pada output uji validitas menggunakan SPSS, memberikan hasil bahwa seluruh item pertanyaan dalam instrumen kuesioner dapat dinyatakan valid. Nilai r hitung pada setiap item pertanyaan melebihi atau setidaknya sama dengan nilai kritis yang telah ditetapkan. Temuan positif dari pengujian validitas ini mengindikasikan bahwa instrumen kuesioner yang digunakan memiliki kemampuan yang andal dalam mengukur variabel yang sedang diteliti. Oleh karena itu, keakuratan dan keterpercayaan data yang diperoleh terjamin dan dapat diandalkan untuk analisis mendalam selanjutnya.

Tabel 4. Uji Validitas

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 1	0,668	0,279	Valid
Item 2	0,699	0,279	Valid

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 3	0,621	0,279	Valid
Item 4	0,727	0,279	Valid
Item 5	0,691	0,279	Valid
Item 6	0,744	0,279	Valid
Item 7	0,724	0,279	Valid
Item 8	0,637	0,279	Valid
Item 9	0,716	0,279	Valid
Item 10	0,700	0,279	Valid
Item 11	0,504	0,279	Valid
Item 12	0,639	0,279	Valid
Item 13	0,650	0,279	Valid
Item 14	0,780	0,279	Valid
Item 15	0,684	0,279	Valid
Item 16	0,768	0,279	Valid
Item 17	0,292	0,279	Valid
Item 18	0,643	0,279	Valid
Item 19	0,628	0,279	Valid
Item 20	0,740	0,279	Valid
Item 21	0,652	0,279	Valid

4.2 Uji Reliabilitas

Dalam melakukan uji reliabilitas, peneliti memanfaatkan pendekatan uji Cronbach's Alpha. Nilai Cronbach's alpha yang sama dengan atau lebih besar dari 0,6 dianggap sebagai indikator bahwa suatu variabel dapat dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang memadai.

Tabel 5. Uji Reliabilitas

Cronbachs Alpha	N of Items
.932	21

Hasil pada **tabel 5** menunjukkan bahwa nilai Cronbach's alpha yang diperoleh adalah 0,932. Fakta ini memberikan bukti konkret bahwa setiap item yang ada dalam penelitian ini memiliki reliabilitas yang kuat, sebab nilai Cronbach's alpha yang melebihi ambang batas 0,6.

4.3 Analisis Regresi Sederhana

Pada penelitian ini, pelaksanaan regresi sederhana digunakan untuk mengungkapkan dampak yang mungkin timbul antara variabel X (Penggunaan Chat GPT) dengan variabel Y (Efisiensi Komunikasi).

Tabel 6. Uji Regresi Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Significance
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.581	3.140		.822	.415
	Penggunaan Chat GPT	.979	.088	.850	11.180	.000

Dalam hasil *output* dari analisis menggunakan SPSS, ditemukan bahwa dalam persamaan regresi linear sederhana, konstanta (a) memiliki nilai sebesar 2,581. Artinya, ketika Penggunaan Chat GPT (X) memiliki nilai nol, Efisiensi Komunikasi (Y) tetap memiliki nilai konsisten sebesar 2,581. Di sisi lain, koefisien regresi (b) memiliki nilai 0,979, yang mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam Penggunaan Chat GPT (X) akan mengakibatkan peningkatan Efisiensi Komunikasi (Y) sebesar 0,979. Oleh karena itu, persamaan regresi dapat dirumuskan sebagai $Y = 2,581 + 0,979X$.

4.4 Uji Hipotesis

a. Uji-t

Uji t pada penelitian ini dilaksanakan guna mengetahui pengaruh antara variabel X (Penggunaan Chat GPT) dengan variabel Y (Efisiensi Komunikasi). hasil *output* SPSS pada **tabel 6** sebelumnya menunjukkan hasil uji t pada uji regresi sederhana. Dalam rangka memahami dampaknya, perlu diterapkan analisis dengan melakukan banding antara nilai t hitung dan t tabel. Dalam konteks penelitian ini, t tabel dihitung dengan formula $n - k - 1$, di mana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel X. Oleh karena itu, perhitungan menghasilkan t tabel sebesar 2,011, setelah mempertimbangkan signifikansi pada tingkat 5% yang dibagi dua menjadi 0,025.

Tabel 7. Perbandingan untuk Uji T

Variabel X	t hitung	t tabel	Keterangan
Penggunaan Chat GPT	11,180	2,011	Berpengaruh

Hasil uji t pada perbandingan di **tabel 7** menunjukkan bahwa nilai t hitung adalah 11,180 > 2,011 sebagai nilai t tabel. Selain itu, nilai signifikansi dalam **Tabel 6** sebelumnya adalah 0,000, yang termasuk lebih rendah daripada 0,05. Dari penilaian ini, dapat disimpulkan bahwa Penggunaan Chat GPT (Variabel X) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Efisiensi Komunikasi (Variabel Y).

b. Koefisien Determinasi

Dengan memperoleh nilai koefisien korelasi antara variabel-variabel yang sedang diselidiki, peneliti dapat mendapatkan pemahaman mengenai sejauh mana dampak antara keduanya.

Tabel 8. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.850 ^a	.723	.717	2.488

Berdasarkan informasi dari tabel yang telah dijelaskan, ditemukan nilai koefisien determinasi sebesar 0,723. Angka ini mencerminkan bahwa Penggunaan Chat GPT (X) memiliki pengaruh terhadap Efisiensi Komunikasi (Y) sekitar 0,723 atau sekitar 72,3%. Dengan kata lain, sekitar 72,3% variasi dalam Efisiensi Komunikasi (Y) dapat dijelaskan oleh variasi dalam Penggunaan Chat GPT (X). Sisanya, yaitu sebesar 27,7%, mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Selanjutnya, berdasarkan tabel pedoman interpretasi koefisien determinasi, nilai 0,723 termasuk ke dalam interval 0,6 - 0,7999. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dampak dari Penggunaan Chat GPT (Variabel X) terhadap Efisiensi Komunikasi (Variabel Y) pada Karyawan di PT Modern Abadi memiliki pengaruh yang kuat.

5. KESIMPULAN

Dalam era bisnis yang semakin berkembang dan teknologi yang terus maju, komunikasi internal yang efektif menjadi kunci utama dalam kesuksesan sebuah perusahaan. Penelitian ini secara komprehensif telah menganalisis pengaruh penggunaan Chat GPT terhadap efisiensi komunikasi karyawan di PT Modern Abadi. Hasil penelitian menunjukkan temuan yang sangat relevan dan penting dalam konteks penggunaan teknologi canggih dalam komunikasi bisnis. Penggunaan *chatbot*, khususnya model seperti Chat GPT, telah menjadi solusi yang menjanjikan dalam mempercepat dan mempermudah komunikasi internal. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa implementasi Chat GPT dalam komunikasi internal PT Modern Abadi telah memberikan dampak positif yang signifikan. Penggunaan Chat GPT (Variabel X) terbukti memiliki pengaruh positif yang kuat dan signifikan terhadap Efisiensi Komunikasi (Variabel Y) di perusahaan tersebut.

Uji t pada penelitian ini telah mengindikasikan bahwa penggunaan Chat GPT telah mempengaruhi dan koefisien determinasi mampu menjelaskan variasi dalam penggunaan Chat GPT terhadap efisiensi komunikasi karyawan. Penggunaan teknologi ini membantu mempermudah akses informasi, mempercepat proses pengambilan keputusan, dan mengoptimalkan komunikasi di berbagai divisi perusahaan. Implikasi praktis dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan strategi komunikasi internal yang lebih efektif dalam lingkungan bisnis modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander. (2023). *Kajian Jurnal-Jurnal Ekonomi dan Sosial dalam Bisnis dengan metode Chat GPT (AI)*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/xw783>
- Annur CM. (2023). Survei: ChatGPT Jadi Aplikasi AI Paling Banyak Digunakan di Indonesia. databoks. Published 2023. <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2023/06/26/survei-chatgpt-jadi-aplikasi-ai-paling-banyak-digunakan-di-indonesia>
- Arianto, N., & Kurniawan, H. (2020). Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 3(3), 312-321.
- Faiz, A., & Kurniawaty, I. (2023). Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan Tantangan Penggunaan ChatGPT dalam Pendidikan Ditinjau dari Sudut Pandang Moral. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 5(1), 456-463. Diambil dari <https://doi.org/10.31004/edukatif.v5i1.4779%0Ahttps://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/3342451>
- Hamada, S., Alshibli, M., & Hamada, S. (2023). New Trends in Technology and Chat Bots. *1st International Conference of Education, Society, and Humanity*, 01(01), 51-58.
- Julianto, I. T., Kurniadi, D., Septiana, Y., & Sutedi, A. (2023). Alternative Text Pre-Processing Using Chat GPT Open AI. *Janapati*, 12(1), 67-77.
- Kertati, I., Sanchez, C. Y. T., Basri, M., Husain, M. N., & Tj, H. W. (2023). Public Relations' Disruption Model on Chatgpt Issue. *Studi Komunikasi*, 7(1), 34-48. <https://doi.org/10.25139/jsk.v7i1>.
- Leeson, W., Resnick, A., Alexander, D., & Rovers, J. (2019). Natural Language Processing (NLP) in Qualitative Public Health Research: A Proof of Concept Study. *International Journal of Qualitative Methods*, 18, 1-9. <https://doi.org/10.1177/1609406919887021>
- Misnawati. (2023). ChatGPT : Keuntungan, Risiko, Dan Penggunaan Bijak Dalam Era Kecerdasan Buatan. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni dan Budaya (Mateandrau)*, 2(1), 54-67.
- Pinuji, M. F. (2019). Pengaruh User-Generated Content Sebagai Alat Komunikasi Bisnis Terhadap Kredibilitas Informasi Website "Tokopedia." *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 1(1), 19-33. <https://doi.org/10.33376/is.v1i1.347>
- Putra, R. K. T., Hakim, L., Ramadhan, Y., & Fuadin, A. (2023). Fenomena ChatGPT : Peningkatkan civic skill

- digital native generation. *Nautical*, 2(2), 140–147.
- Putri, A. M. (2019). Strategi Komunikasi Bisnis Dalam Meningkatkan Kepuasan Tenant. *InterScript: Journal of Creative Communication*, 1(1), 1–18. <https://doi.org/10.33376/is.v1i1.346>
- Rifkhan. (2023). Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel dan Kuesioner (Pertama; Abdul, ed.). Indramayu: Penerbit Adab.
- Rosyadi, M. I. (2018). Analisis Strategi Marketing Public Relations PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) tbk dalam Meningkatkan Pengguna Kartu Brizzi. *Komunikator*, 10(1), 1–9. <https://doi.org/10.18196/jkm.101001>
- Roumeliotis, K. I., & Tselikas, N. D. (2023). ChatGPT and Open-AI Models: A Preliminary Review. *Future Internet*, 15(6), 192. <https://doi.org/10.3390/fi15060192>
- Satlita, L. (2015). Meningkatkan Efektivitas Komunikasi Kantor. *Efisiensi - Kajian Ilmu Administrasi*, Vol. 4, hal. 118–131. <https://doi.org/10.21831/efisiensi.v4i2.3873>
- Setiawan, A., & Luthfiyani, U. K. (2023). Penggunaan ChatGPT Untuk Pendidikan di Era Education 4.0: Usulan Inovasi Meningkatkan Keterampilan Menulis. *JURNAL PETISI (Pendidikan Teknologi Informasi)*, 4(1), 49–58. <https://doi.org/10.36232/jurnalpetisi.v4i1.3680>
- Shidiq, M. (2023). The Use of Artificial Intelligence-Based Chat- GPT And Its Challenges For The World Of Education; From The Viewpoint Of The Development Of Creative Writing Skills. *1st International Conference of Education, Society, and Humanity*, 01(01), 353–357.
- Sudirjo, F., Ausat, A. M. A., Rijal, S., Raidy, Y., & Suherlan. (2023). ChatGPT: Improving Communication Efficiency and Business Management of MSMEs in the Digital Age. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(2), 643–652.
- Supriyadi, E. (2022). Eksplorasi Penggunaan ChatGPT dalam Penulisan Artikel Pendidikan Matematika. *Papanda Journal of Mathematics and Sciences Research (PJMSR)*, 1(2), 54–68.
- Suryana. (2012). *Metodologi Penelitian: Metodologi Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Syabrina, R. A. N. (2017). Efektifitas dan Efisiensi Komunikasi Pada Penyelenggaraan Festival Damar Kurung Gresik Tahun 2017 (Universitas Airlangga). Universitas Airlangga. Diambil dari <https://repository.unair.ac.id/70857/>
- Untar. (2015). PT Modern Abadi. Diambil 25 Juni 2023, dari Untar Career website: <https://career.untar.ac.id/index.php/vacancy/dtl/939/2015-09-04>.