

## Praktik Pemanggilan AI Grok dalam Interaksi Publik Pengguna Media Sosial X

Salsabila Putri Arini<sup>1\*</sup>, Rully Khairul Anwar<sup>2</sup>, Funny Mustikasari Elita<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, Sumedang, Indonesia

Email: <sup>1</sup>salsabila22010@mail.unpad.ac.id, <sup>2</sup>rully.khairul@unpad.ac.id,

<sup>3</sup>funny.mustikasari.elita@unpad.ac.id

### Abstract

*Social media platform X provides a public digital space where users interact in participatory and open ways. The presence of AI Grok in this platform introduces a new form of interaction, where users can mention the AI account directly in public conversations. This study aims to examine how AI Grok is invoked in public interactions on social media X. Data were collected over three weeks, from January 1 to January 21, 2026. A qualitative approach using netnography was applied to analyze 63 posts mentioning the @grok account. Data were analyzed thematically to identify mention contexts, invocation patterns, and user responses. The findings reveal that AI Grok is not merely used as an information source, but also serves as a third party in public discussions, a clarification tool, and a medium for social expression. These findings suggest that invoking AI on social media represents a strategic form of social communication in the digital public sphere, rather than merely an individual information-seeking activity.*

**Keywords:** AI Grok, Social Media X, Public Interaction, Netnography, Digital Communication

### Abstrak

Media sosial X merupakan salah satu ruang publik digital yang memungkinkan penggunaannya berinteraksi secara partisipatif dan terbuka. Kehadiran AI Grok dalam platform ini menawarkan bentuk interaksi baru, di mana pengguna dapat menyebut akun AI secara langsung di tengah percakapan publik. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana praktik pemanggilan AI Grok dilakukan dalam interaksi publik di media sosial X. Pengambilan data dilakukan selama tiga minggu, dari 1 Januari hingga 21 Januari 2026. Pendekatan kualitatif melalui metode netnografi diterapkan untuk menganalisis 63 unggahan yang menyebut akun @grok. Data dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi konteks penyebutan, pola pemanggilan, dan respons pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa AI Grok tidak hanya dimanfaatkan sebagai sumber informasi, tetapi juga berperan sebagai pihak ketiga dalam diskusi publik, sarana klarifikasi, serta media ekspresi sosial pengguna. Temuan ini menunjukkan bahwa pemanggilan AI di media sosial merupakan praktik komunikasi sosial yang berlangsung secara strategis di ruang publik digital dan tidak terbatas pada aktivitas pencarian informasi individual.

**Kata kunci:** AI Grok, Media Sosial X, Interaksi Publik, Netnografi, Komunikasi Digital

## PENDAHULUAN

Media sosial telah berkembang menjadi ruang publik digital yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, bertukar informasi, dan membangun diskusi secara terbuka. Media sosial kini tidak lagi hanya dipahami sebagai sarana berbagi informasi secara personal, tetapi juga menjadi tempat pengguna berbagi pandangan, opini, serta argumen yang dapat dijangkau dan ditanggapi oleh audiens yang luas. Pertumbuhan pengguna media sosial yang pesat dalam satu dekade terakhir mencerminkan bagaimana platform digital telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sosial masyarakat modern, baik dalam konteks komunikasi sehari-hari maupun dalam pembentukan percakapan publik yang lebih luas. Perkembangan media sosial kemudian memperluas bentuk interaksi tersebut ke dalam ruang digital yang bersifat terbuka, terdokumentasi, dan dapat direspons oleh pengguna lain di luar percakapan awal.

Perkembangan ini mendorong terbentuknya dinamika baru dalam praktik pencarian dan pertukaran informasi. Jika sebelumnya masyarakat cenderung mengandalkan media massa seperti televisi, radio, atau surat kabar sebagai sumber informasi utama, kini individu dapat secara aktif memproduksi, menyebarkan, dan mendebatkan informasi di ruang digital secara langsung dan *real-time*. Pengguna tidak lagi mengandalkan sumber eksternal seperti mesin pencari atau komunikasi secara pribadi, melainkan turut membentuk dan berpartisipasi dalam diskusi di ruang publik digital. Dalam perspektif *Computer-Mediated Communication* (CMC), interaksi yang terjadi di ruang ini dapat dipahami sebagai tindakan sosial yang memiliki tujuan tertentu, bukan sekadar pertukaran informasi biasa.

Salah satu platform yang merepresentasikan karakter tersebut adalah media sosial X (sebelumnya Twitter). Sejak diluncurkan, X telah menjadi salah satu platform yang paling banyak digunakan untuk mendiskusikan isu-isu aktual secara terbuka, mulai dari peristiwa politik hingga tren yang berkembang di masyarakat. Pengguna tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai partisipan aktif yang dapat memicu diskusi, memperdebatkan isu, serta membangun makna sosial di ruang publik digital.

Seiring dengan perkembangan teknologi, pola interaksi di media sosial tidak lagi hanya melibatkan antarpengguna, tetapi juga mulai melibatkan teknologi kecerdasan buatan (AI). Integrasi AI ke dalam platform media sosial menandai babak baru dalam sejarah komunikasi digital, di mana batas antara interaksi manusia dan interaksi berbasis mesin semakin samar dan saling berkaitan. Fenomena ini dapat dipahami melalui perspektif *Human-Machine Communication* (HMC), yang memberikan peran signifikan dalam memahami AI sebagai subjek komunikatif, di mana AI tidak hanya berfungsi sebagai perantara, tetapi juga sebagai partisipan dalam interaksi sosial dan proses komunikasi (Tricahyo & Zulfiningrum, 2025).

Salah satu contoh integrasi AI dalam media sosial adalah AI Grok, fitur asisten percakapan yang dikembangkan oleh perusahaan xAI dan tersedia di platform X. Grok mulai diperkenalkan kepada pengguna X pada tahun 2024 sebagai sebuah *Large Language Model* (LLM) yang dirancang untuk menjawab pertanyaan, memecahkan masalah, serta memberikan wawasan dan ide kreatif melalui percakapan alami (X Corp., n.d.). Grok juga dirancang untuk memahami konteks unggahan, baik berupa teks maupun media pendukung, sehingga mampu menjawab permintaan yang diajukan oleh pengguna dengan relevan. Dalam hal ini, posisi xAI sebagai pemilik platform X dan pengembang AI Grok merancang sistem tersebut untuk menyajikan jawaban secara informatif dan mudah dipahami, sehingga memungkinkan pengguna mengevaluasi dan mengoreksi respons yang diberikan serta membangun kepercayaan terhadap sistem AI (Tejawati et al., 2024).

Berbeda dengan *chatbot* di banyak platform lainnya yang umumnya dipergunakan secara personal, AI Grok terhubung langsung dengan ekosistem media sosial X sehingga dapat dipanggil ke dalam percakapan publik melalui fitur *mention* (@grok). Pengguna dapat memanggil akun AI tersebut tanpa perlu berpindah layar atau aplikasi. Hal ini membuat Grok tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu pencarian informasi, tetapi juga sebagai partisipan non-manusia yang terlibat dalam dinamika percakapan publik, misalnya sebagai rujukan awal, pemicu diskusi lanjutan, atau sumber argumen dalam interaksi pengguna.

Dalam konteks ini, tindakan menyebut akun tertentu melalui fitur *mention* (@) tidak dapat dipandang semata sebagai fungsi teknis, tetapi juga memiliki makna sosial sebagai strategi komunikasi untuk memperoleh pengakuan, klarifikasi, atau penguatan argumen dalam percakapan publik digital. Setiap *mention* dapat dipahami sebagai tindakan komunikatif yang menghubungkan pengirim pesan, pihak yang dipanggil, serta audiens yang menyaksikan dan berpotensi merespons interaksi tersebut. Pengguna media sosial X kerap menyebut akun @grok secara langsung dalam percakapan publik untuk meminta penjelasan, verifikasi informasi, maupun tanggapan terhadap suatu unggahan.

Meskipun kajian mengenai *chatbot* dan AI telah berkembang dalam beberapa tahun terakhir, penelitian yang mengkaji praktik pemanggilan AI secara langsung dalam percakapan publik di media sosial masih relatif terbatas. Sementara itu, praktik ini menunjukkan pergeseran penting dalam cara pengguna memanfaatkan AI, tidak hanya sekadar menjadi alat pencarian informasi tetapi juga sebagai bagian dari strategi komunikasi di ruang publik digital. Beberapa penelitian terdahulu yang relevan antara lain Mauliddia et al. (2026) mengenai representasi *chatbot* di media sosial dan dampaknya pada budaya digital; Fibriasari et al. (2022) mengenai *chatbot* pariwisata di WhatsApp dan Telegram; Rany (2025) yang meneliti kredibilitas *chatbot* dalam *e-commerce*; serta Lutpiana et al. (2025) tentang tindak tutur (*speech act*) dalam interaksi sosial generasi Z di media sosial TikTok. Sebagian besar penelitian tersebut berfokus pada performa sistem, kredibilitas AI, atau analisis bahasa dalam interaksi antarmanusia, dan belum secara spesifik mengkaji praktik pemanggilan AI Grok dalam konteks interaksi publik di platform X.

Perbedaan mendasar yang belum banyak dikaji terletak pada aspek visibilitas publik dari interaksi tersebut. Penggunaan *chatbot* pada platform seperti WhatsApp atau Telegram, sebagaimana yang diteliti oleh Fibriasari et al. (2022), umumnya berlangsung dalam ruang percakapan yang bersifat privat atau tertutup, di mana interaksi hanya terjadi di antara pengguna dan sistem AI tanpa keterlibatan audiens lain. Sementara itu, pemanggilan AI Grok melalui *mention* (@grok) di platform X terjadi di hadapan publik yang dapat membaca, merespons, dan menyebarluaskan percakapan tersebut. Kondisi ini secara mendasar mengubah sifat interaksi dengan AI, dari yang semula bersifat individual dan instrumental menjadi bagian dari komunikasi publik yang terbuka terhadap berbagai respons, seperti diskusi, kritik, maupun pemaknaan secara kolektif. Dari perspektif ilmu komunikasi, kondisi ini menjadikan fenomena tersebut penting untuk diteliti. Tidak hanya sekadar bagaimana AI memberikan jawaban, tetapi bagaimana kehadirannya dalam ruang publik digital memengaruhi dinamika interaksi sosial, pembentukan opini, serta peran partisipan dalam percakapan publik di era kecerdasan buatan.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini memberikan kebaruan dengan memusatkan analisis pada praktik pemanggilan AI Grok sebagai tindakan komunikatif dalam interaksi publik di media sosial X. Penyebutan atau *mention* yang digunakan untuk memanggil AI Grok tidak hanya sekadar dipahami sebagai tindakan teknis, tetapi juga sebagai tindakan komunikatif yang ditujukan kepada AI sekaligus audiens lain yang menyaksikan percakapan. Penelitian ini tidak berfokus pada keakuratan jawaban AI, melainkan pada

konteks penyebutan, pola pemanggilan, dan respons sosial yang muncul setelah AI dilibatkan dalam percakapan. Dengan demikian, penelitian ini memandang interaksi media sosial sebagai praktik komunikasi publik yang memiliki makna dan implikasi sosial, di mana AI diposisikan sebagai partisipan non-manusia dalam dinamika pembentukan makna di ruang digital.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji praktik pemanggilan AI Grok dalam interaksi publik di media sosial X melalui konteks penyebutan, pola pemanggilan, serta respons pengguna atas jawaban yang diberikan AI Grok. Secara ilmiah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap kajian perilaku pencarian informasi dan komunikasi publik digital, khususnya dalam memahami peran partisipan non-manusia dalam interaksi sosial berbasis teknologi. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pengembangan sistem AI yang lebih responsif terhadap kebutuhan pengguna dan terbuka dengan dinamika komunikasi publik.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Interaksi Sosial dalam Media Digital**

Interaksi sosial merupakan proses timbal balik antara dua orang atau lebih yang melibatkan peran aktif setiap orangnya (Fahri & Qusyairi, 2019). Dalam konteks digital, interaksi sosial mengalami perubahan seiring dengan berkembangnya media sosial sebagai ruang komunikasi publik. Media sosial memungkinkan individu untuk berinteraksi tidak hanya secara interpersonal, tetapi juga dalam skala yang lebih luas dengan melibatkan audiens yang beragam dan tidak selalu dikenal secara personal. Interaksi di media sosial bersifat terbuka, terdokumentasi, dan dapat ditanggapi oleh pengguna lain di luar percakapan awal. Bentuk interaksi ini memungkinkan individu untuk menyampaikan pendapat, bertanya, menanggapi, maupun mengekspresikan emosi melalui teks, gambar, atau simbol lain secara daring.

Dalam kajian komunikasi berbasis komputer (*Computer-Mediated Communication/CMC*), pesan yang disampaikan pengguna dipahami tidak hanya sebagai alat atau sarana untuk menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai tindakan sosial yang memiliki tujuan tertentu. Seluruh unggahan, komentar, atau penyebutan akun tertentu dapat menjadi bentuk tindakan komunikatif yang memicu respons dari pihak lain—seperti meminta, memerintah, menegaskan, atau memancing diskusi publik. Oleh karena itu, interaksi sosial di berbagai ruang digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai wadah untuk membentuk opini, pertukaran informasi, dan negosiasi makna secara kolektif.

Perkembangan terkini dalam paradigma CMC adalah munculnya konsep *Human-Machine Communication* (HMC). Guzman (2018) mendefinisikan HMC sebagai studi tentang penciptaan makna bersama antara manusia dan mesin yang memiliki kapasitas komunikatif. HMC menempatkan mesin, termasuk AI, sebagai sumber komunikasi itu sendiri. Dalam perspektif ini, mesin tidak lagi dipandang sekadar sebagai saluran komunikasi, tetapi juga sebagai agen yang dapat terlibat dalam proses interaksi sosial. Pergeseran konseptual ini sangat relevan untuk memahami posisi AI Grok dalam ekosistem media sosial X, di mana pengguna tidak hanya berkomunikasi melalui platform, tetapi juga dengan entitas AI di dalamnya.

### **Media Sosial X sebagai Ruang Publik Digital**

Platform X merupakan salah satu media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan berpartisipasi dalam percakapan yang dapat diakses oleh audiens luas melalui *post*, *reply*, *repost*, dan *mention* (X Corp., n.d.). Karakteristik utama X adalah keterbukaan percakapan, kecepatan penyebaran informasi, serta keterhubungan antar

pengguna lintas lingkup sosial dan geografis. Hal ini menjadikan X sebagai ruang publik digital tempat berbagi isu—mulai dari politik, ekonomi, hiburan, hingga kehidupan personal—yang diperdebatkan secara terbuka.

Dalam kajian CMC, fitur *mention* (@) pada platform X dapat dipahami sebagai salah satu mekanisme tindakan komunikatif yang memiliki fungsi lebih dari sekadar pemanggilan teknis. Ketika pengguna menyebut akun tertentu dalam unggahan publik, tindakan tersebut tidak hanya ditujukan kepada pihak yang dipanggil, tetapi sekaligus terbuka bagi seluruh audiens yang menyaksikan percakapan. Sifat terbuka ini yang menjadikan *mention* sebagai strategi komunikasi untuk memperoleh pengakuan, klarifikasi, atau penguatan argumen di hadapan audiens yang lebih luas.

### **Kecerdasan Buatan dalam Interaksi Media Sosial**

Perkembangan kecerdasan buatan menciptakan cara baru dalam interaksi antara manusia dan AI. Salah satu wujud konkret integrasi tersebut adalah kehadiran AI Grok pada platform X, yang memungkinkan pengguna memanggil AI secara langsung ke dalam percakapan publik melalui fitur *mention* (@grok). Fitur ini memperluas fungsi media sosial—tidak hanya sebagai ruang interaksi antarmanusia, tetapi juga sebagai ruang interaksi antara manusia dan sistem AI.

Dalam interaksi ini, AI tidak hanya diposisikan sebagai alat pencari informasi, melainkan juga sebagai partisipan komunikasi yang diharapkan mampu merespons pertanyaan, perintah, maupun pernyataan pengguna, sesuai dengan teori *Speech Act* oleh Searle et al. (1980) dalam Firdaus et al. (2025), yang membedakan tiga dimensi tindak tutur: tindak lokusi sebagai tindakan menyampaikan pesan, tindak ilokusi sebagai maksud atau tujuan di balik pesan, dan tindak perlokusi sebagai efek atau respons yang ditimbulkan dari pesan tersebut. Dalam konteks pemanggilan AI Grok, pengguna tidak sekadar menyampaikan informasi, tetapi melakukan tindak ilokusi—meminta, menegaskan, atau memancing tanggapan—yang mengharapkan respons tertentu dari AI sebagai pihak yang dipanggil. Pendekatan ini banyak digunakan dalam penelitian interaksi daring untuk memahami pola komunikasi berbasis teks.

Ulfa (2024) dalam tesisnya mengemukakan bahwa pengguna AI cenderung memperlakukannya seperti aktor sosial dengan mengajukan pertanyaan, perintah, atau mengekspresikan emosi terhadap AI, yang mencerminkan keunikan hubungan interaksi antara manusia dan AI (*Human-AI Interactions*). Temuan ini memperkuat argumen bahwa kehadiran fitur AI Grok di platform X mengubah pola interaksi, di mana sistem kecerdasan buatan tidak hanya diposisikan sebagai alat pencari informasi, tetapi juga sebagai partisipan interaksi yang diharapkan merespons secara relevan dan kontekstual.

Ketiga konsep yang telah dibahas, yaitu interaksi sosial dalam CMC, HMC, dan *Speech Act*, tidak berdiri sendiri melainkan saling berkaitan dalam memahami praktik pemanggilan AI Grok di platform X. CMC memberikan landasan untuk memahami bahwa setiap tindakan komunikasi di ruang digital, termasuk penggunaan *mention*, merupakan tindakan sosial yang memiliki tujuan tertentu dan dapat berdampak pada audiens yang lebih luas. HMC memperluas pemahaman tersebut dengan menempatkan AI tidak hanya sebagai alat, tetapi juga sebagai partisipan dalam interaksi yang turut membentuk jalannya percakapan. Sementara itu, teori *Speech Act* digunakan untuk mengidentifikasi makna di balik setiap pemanggilan, baik dari segi apa yang diucapkan (lokusi), apa yang dimaksudkan (ilokusi), dan efek apa yang ditimbulkan (perlokusi).

Dalam praktik penyebutan (@grok) di platform X, ketiga konsep ini beroperasi secara bersamaan. Ketika pengguna menyebut "@grok" dalam sebuah unggahan publik, tindakan tersebut tidak hanya sekadar memanggil sistem AI, tetapi juga merupakan

bentuk komunikasi yang terbuka dan dapat direspons oleh pengguna lain. Di sisi lain, tindakan ini menunjukkan bahwa AI diperlakukan sebagai pihak yang diharapkan memberikan tanggapan, layaknya partisipan dalam percakapan. Selain itu, setiap pemanggilan juga mengandung maksud tertentu, seperti meminta informasi, menegaskan pendapat, atau memancing respons, yang kemudian dapat menimbulkan reaksi lanjutan baik dari AI maupun audiens. Oleh karena itu, penggunaan *mention* @grok dapat dipahami sebagai praktik komunikasi publik yang melibatkan interaksi antara pengguna, AI, dan audiens dalam satu rangkaian percakapan yang terbuka.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi. Netnografi merupakan metode penelitian yang mempelajari interaksi, perilaku, dan makna sosial dalam komunitas daring dengan menggunakan data yang dapat diakses oleh publik di media sosial (Bakry, 2017). Metode ini diimplementasikan untuk mempelajari aktivitas pemanggilan AI Grok sebagai bagian dari komunikasi publik di platform X.

Sumber data utama diperoleh melalui observasi dan dokumentasi digital terhadap interaksi publik pengguna media sosial X yang menyebut akun AI Grok dalam unggahannya. Data ini dikumpulkan selama 3 minggu, dari 1 Januari hingga 21 Januari 2026, dengan menggunakan filter pencarian “@grok lang:id since:2025-12-31 until:2026-01-21” untuk mempermudah menemukan data yang dibutuhkan. Pemilihan rentang waktu ini didasarkan pada pertimbangan bahwa periode tersebut mencerminkan pola penggunaan AI Grok dalam percakapan publik sehari-hari yang relatif stabil, bukan dalam kondisi viral atau peristiwa luar biasa yang dapat mendistorsi pola interaksi. Data yang tersedia disaring menggunakan teknik *purposive* dengan kriteria sebagai berikut: (1) unggahan menyebut akun @grok, (2) menggunakan bahasa Indonesia, (3) menampilkan respons AI Grok yang relevan dengan topik unggahan, dan (4) terdapat respons lanjutan dari pengguna terkait dengan topik dalam satu rangkaian interaksi. Pemilihan dilakukan secara bertahap hingga mencapai saturasi tematik, yaitu ketika tidak ditemukan kategori baru dalam proses coding.

Jumlah 63 unggahan yang dianalisis tidak ditentukan sejak awal, melainkan merupakan hasil dari proses pengumpulan data yang dihentikan ketika saturasi tematik tercapai. Saturasi tematik dalam penelitian ini ditandai oleh tidak munculnya kategori atau pola baru dalam proses coding sehingga unggahan tambahan berikutnya hanya digunakan untuk memperkuat tema-tema yang telah teridentifikasi sebelumnya. Dalam konteks netnografi, jumlah data yang lebih kecil namun kaya akan konteks dinilai lebih tepat karena tujuan analisisnya adalah memahami pola komunikasi dan makna sosial, bukan mengeneralisasi frekuensi.

Data unggahan ini dikodekan menggunakan spreadsheet dengan kolom unggahan, tanggal unggahan, link unggahan, konteks penyebutan, pola pemanggilan, link respons, respons, dan isu topik. Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis tematik dengan tahapan sebagai berikut (Braun & Clarke, 2006, sebagaimana dikutip dalam Heriyanto, 2018):

Pertama, coding terbuka dilakukan dengan membaca seluruh unggahan secara cermat untuk mengidentifikasi pola awal. Setiap unggahan diberi kode berdasarkan konteks penyebutan, pola pemanggilan, dan respons pengguna. Dalam tahap ini, kode masih ditulis secara bebas menyesuaikan unggahan yang ditemukan selama berjalannya penelitian karena belum terbentuknya suatu tema atau pola.

Kedua, pengelompokan tema dilakukan dengan menghimpun kode-kode yang memiliki kesamaan makna atau fungsi komunikatif ke dalam kategori yang lebih luas. Misalnya, kode-kode seperti "meminta penjelasan," "meminta fakta," dan "meminta data"

dikelompokkan ke dalam tema "permintaan informasi". Proses ini menghasilkan lima kategori konteks penyebutan, tujuh kategori pola pemanggilan, dan empat kategori respons pengguna terhadap jawaban AI Grok yang digunakan dalam analisis.

Ketiga, interpretasi dilakukan untuk menafsirkan makna sosial dari tema-tema yang telah terbentuk, dengan menghubungkannya pada kerangka teoritis CMC, HMC, dan *Speech Act* yang digunakan dalam penelitian ini.

Untuk menjaga aspek etika penelitian, identitas pengguna disamarkan dan data yang digunakan terbatas pada konten publik tanpa melibatkan interaksi privat. Pendekatan ini memungkinkan penelitian dilakukan secara etis sekaligus tetap memberikan pemahaman mendalam mengenai fenomena yang diteliti.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis terhadap 63 unggahan pengguna media sosial X yang melibatkan pemanggilan AI Grok, penelitian ini memfokuskan analisis pada tiga aspek utama, yaitu konteks penyebutan AI Grok, pola pemanggilan AI Grok, dan respons pengguna terhadap jawaban AI Grok. Ketiga aspek tersebut saling berkaitan dan membentuk pola interaksi yang khas antara pengguna media sosial dan AI dalam ruang publik digital.

### Konteks Penyebutan AI Grok

Konteks penyebutan AI Grok terbagi ke dalam beberapa kategori utama, yaitu permintaan informasi, instruksi, klarifikasi informasi, diskusi dan argumentasi publik, serta interaksi humor dan sarkasme. Penentuan konteks ini didasari pada tujuan utama pemanggilan AI Grok, bukan pada topik atau gaya bahasa.

Tabel 1. Distribusi Konteks Penyebutan AI Grok

Konteks Penyebutan	Jumlah Unggahan	Persentase
Permintaan informasi	40	63.49%
Instruksi	8	12.70%
Klarifikasi informasi	6	9.52%
Diskusi dan argumentasi publik	5	7.94%
Interaksi humor dan sarkasme	4	6.35%
<b>Total</b>	<b>63</b>	<b>100.00%</b>

(Sumber: Data Peneliti, 2026)

Konteks permintaan informasi merupakan kategori yang paling dominan, di mana pengguna memanggil Grok untuk memperoleh penjelasan, fakta, atau data terkait isu tertentu, mulai dari politik, sosial, ekonomi, sains, hiburan, hingga keseharian. Seperti yang dilakukan oleh Pengguna A (7 Januari 2026) dalam postingannya:

*"@Grok apa benar RMT di game fish it roblox tidak dilarang selagi tidak dilakukan di discord resmi fish it? Bagaimana ketentuannya?"*

Dominasi konteks ini menunjukkan bahwa Grok dipersepsikan sebagai rujukan instan dalam percakapan publik, AI semakin dipercaya sebagai sumber informasi dalam berbagai konteks komunikasi daring (Eissa, 2025), sejalan pula dengan temuan Danso dkk. (2023) bahwa AI memiliki peran yang semakin signifikan dalam komunikasi manusia. Dalam kerangka *Human-Machine Communication* (HMC), kecenderungan ini menunjukkan bahwa Grok diposisikan sebagai partisipan non-manusia yang dipercaya mampu memberikan informasi secara langsung dalam percakapan publik. Dengan demikian, AI tidak hanya berfungsi sebagai alat pencarian, tetapi sebagai sumber rujukan yang terlibat dalam dinamika komunikasi antar pengguna.

Selain permintaan informasi, pemanggilan AI Grok juga muncul dalam konteks instruksi. Konteks ini perlu dibedakan karena tidak cenderung mengarah pada pencarian fakta, melainkan permintaan tindakan tertentu seperti menjelaskan konsep, menerjemahkan unggahan, mengedit konten visual, atau menghasilkan teks kreatif. Misalnya dalam postingan:

“@grok berikan teks bahasa Indonesia infografis The 80/20 Rule di atas”  
(Pengguna B, 15 Januari 2026).

Konteks ini memperlihatkan hubungan instrumental antara pengguna dan AI Grok. Meskipun bersifat teknis, instruksi tetap dilakukan dalam ruang publik dan dapat memicu respons audiens terhadap hasil yang diberikan AI. Dalam perspektif HMC, hal ini menunjukkan bahwa meskipun AI diperlakukan secara fungsional, keberadaannya tetap sebagai partisipan komunikasi yang responsnya dapat diamati dan dinegosiasikan oleh audiens lain.

Konteks klarifikasi informasi terjadi ketika pengguna meminta Grok untuk memverifikasi kebenaran atau fakta terhadap suatu pernyataan, gambar, atau informasi yang beredar. Dalam konteks ini, Grok dipergunakan untuk membantu pengguna dalam memvalidasi informasi di ruang publik. Namun, jawaban Grok tidak selalu dapat diterima karena sering kali memicu evaluasi atau diskusi lebih lanjut dari audiens lain. Contohnya:

“@grok apakah data ini valid? kemudian cari dari mana data-data ini bersumber dari mana.” (Pengguna C, 19 Januari 2026)

Sementara itu, konteks diskusi dan argumentasi publik ditemukan dalam pemanggilan Grok yang disertai dengan opini, penilaian, atau pemicu perdebatan publik. Grok tidak hanya diminta untuk memberikan informasi, tetapi juga sebagai pihak ketiga untuk memperkuat argumen atau memancing respons dari pengguna lain. Selain itu, Grok juga dapat dimanfaatkan sebagai teman diskusi untuk kepentingan pribadi pengguna.

Temuan bahwa AI Grok dimanfaatkan sebagai pihak ketiga dalam diskusi dan argumentasi publik memperluas sekaligus merubah sebagian asumsi dalam penelitian CMC sebelumnya. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna kini juga memanggil AI sebagai rujukan andal untuk memperkuat posisi mereka dalam perdebatan, sebuah praktik yang belum banyak dikaji dalam penelitian CMC sebelumnya.

Terakhir, konteks interaksi humor dan sarkasme memperlihatkan bahwa pemanggilan AI Grok tidak selalu dilakukan cara yang serius. Grok dapat dipanggil sebagai bagian dari candaan, sindiran, ataupun ekspresi emosional dari pengguna. Temuan ini menunjukkan bahwa kehadiran AI telah terintegrasi dalam budaya santai dan ekspresif dari aliran percakapan media sosial.

Fenomena ini dapat dipahami melalui perspektif budaya siber (*cyberculture*), di mana adanya perubahan pola komunikasi yang merupakan perubahan budaya yang terjadi di masyarakat (Saputra & Rachmaria, 2020). Dalam konteks ini, memperlakukan AI sebagai entitas yang bisa diajak bercanda atau dijadikan objek sarkasme merupakan bentuk normalisasi kehadiran AI dalam kehidupan sosial digital. Pengguna tidak lagi memandang AI semata sebagai sistem mesin yang dingin dan formal, melainkan sebagai entitas sosial yang dapat merespons dan bereaksi.

### **Pola Pemanggilan AI Grok dalam Interaksi Publik**

Berdasarkan struktur kalimatnya, pola pemanggilan AI Grok menunjukkan variasi yang mencerminkan tujuan komunikasi pengguna. Variasi pola pemanggilan ini dapat dipahami melalui teori tindak tutur (*speech act*), di mana setiap bentuk kalimat merepresentasikan tindakan komunikatif yang berbeda.

Tabel 2. Distribusi Pola Pemanggilan AI Grok

Pola Pemanggilan	Jumlah Unggahan	Persentase
Pertanyaan langsung	35	55.56%
Perintah singkat	17	26.98%
Pernyataan + permintaan	3	4.76%
Pernyataan	2	3.17%
Permintaan pembenaran	2	3.17%
Pemanggilan bernuansa humor	2	3.17%
Pemanggilan kembali	2	3.17%
<b>Total</b>	<b>63</b>	<b>100.00%</b>

(Sumber: Data Peneliti, 2026)

Pola pertanyaan langsung yang termasuk dalam tindak tutur direktif dengan tujuan mendapatkan informasi merupakan bentuk yang paling sering digunakan, terutama dalam konteks permintaan dan klarifikasi informasi. Hal ini tampak pada postingan sebagai berikut:

*“Apakah @grok tahu nama perusahaan tempat orang ini bekerja. Kira? HRD dan pimpinannya tahu gak karakter karyawannya spt ini?”* (Pengguna D, 20 Januari 2026).

Pola ini menunjukkan ekspektasi pengguna terhadap jawaban yang cepat dan eksplisit dari AI.

Selain itu, pola perintah singkat juga banyak ditemukan, khususnya dalam konteks instruksi dan permintaan informasi yang membutuhkan hasil yang terstruktur. Penggunaan perintah singkat menunjukkan bahwa AI diperlakukan sebagai sistem yang diharapkan mampu menjalankan tugas tertentu secara efisien. Pola perintah singkat menunjukkan tindak tutur direktif yang lebih eksplisit untuk meminta tindakan dari AI. Pola ini dapat diamati pada unggahan Pengguna E (5 Januari 2026) sebagai berikut:

*“@grok analisis masa depan, karir, dan jodoh dari garis tangan saya”*

Pola pernyataan dengan permintaan dan pola permintaan pembenaran mencerminkan bentuk pemanggilan yang lebih kompleks. Dalam pola ini, pengguna sering kali mengemukakan asumsi, opini, atau narasi tertentu sebelum meminta respons dari Grok. Ini menggambarkan bahwa pemanggilan AI tidak selalu netral, tetapi dapat membawa posisi atau perspektif pengguna dari awal. Begitu pula dengan pola pernyataan yang umumnya menyatakan sudut pandang atau membawa opini pribadi yang ingin mereka diskusikan dengan AI Grok.

Pola pemanggilan bernuansa humor hadir ketika pengguna secara eksplisit menggunakan candaan dalam menyebut Grok. Sementara itu, pola pemanggilan kembali menjadi temuan khas dalam penelitian ini, di mana pengguna memanggil ulang Grok karena belum memperoleh respons dari unggahan sebelumnya. Dalam perspektif HMC, hal ini menegaskan bahwa Grok diposisikan sebagai partisipan komunikasi yang diharapkan hadir secara konsisten dalam percakapan.

Variasi pola ini menunjukkan bahwa pemanggilan AI dirancang sebagai tindakan komunikasi dengan maksud tertentu. Setiap pola pemanggilan merepresentasikan tindakan dengan kalimat yang berbeda, seperti meminta, memerintah, atau mengekspresikan sikap. Pemanggilan ini bukan hanya sekadar interaksi teknis dengan sistem, melainkan suatu praktik komunikasi yang aktif dan strategis.

### Respons Pengguna terhadap Jawaban Grok

Respons pengguna terhadap jawaban AI Grok, baik dari pengunggah itu sendiri maupun audiens lain, dapat menerangkan bahwa informasi yang dihasilkan oleh AI tidak diterima secara pasif. Respons ini diklasifikasikan ke dalam empat kategori utama: interaksi lanjutan, evaluasi, ekspresi sosial, dan pernyataan (*statement*).

Tabel 3. Distribusi Respons Pengguna terhadap Jawaban AI Grok

Respons Pengguna	Jumlah Unggahan	Persentase
Interaksi lanjutan	29	46.03%
Evaluasi	17	26.98%
Ekspresi sosial	9	14.29%
Statement	8	12.70%
<b>Total</b>	<b>63</b>	<b>100.00%</b>

(Sumber: Data Peneliti, 2026)

Respons evaluasi mencerminkan sikap kritis pengguna terhadap informasi yang diberikan Grok. Pengguna dalam menyetujui, mengoreksi, atau menolak jawaban AI, menunjukkan bahwa otoritas AI bersifat kontekstual. Hal ini juga memperkuat konsep *human-AI interaction*, di mana AI berpartisipasi dalam proses komunikasi dan terus-menerus dinegosiasikan di ruang publik. Sebagaimana yang dilakukan Pengguna F (17 Januari 2026) dalam unggahannya:

*“Jelek banget jawaban km @grok”*

Selanjutnya, respons interaksi lanjutan menjadi kategori yang dominan dengan ditandai oleh adanya pertanyaan tambahan, perintah lanjutan, atau diskusi susulan mengenai jawaban Grok. Ini menunjukkan bahwa jawaban AI sering kali berfungsi sebagai pemicu percakapan lanjutan, daripada untuk menutup diskusi. Dalam kerangka CMC, respons ini mencerminkan sifat interaksi digital yang bersifat berkelanjutan dan terbuka, di mana komunikasi tidak berhenti pada satu respons, tetapi berkembang melalui rangkaian interaksi lanjutan. Kecenderungan ini tergambar dalam salah satu unggahan berikut:

*“@grok spt apa cthnyab”* (Pengguna G, 6 Januari 2026)

Ekspresi sosial, seperti humor, candaan atau sarkasme, menunjukkan keterlibatan emosional dan budaya dari pengguna sebagai respons terhadap jawaban AI. Ekspresi sosial ini secara lebih luas menormalisasikan kehadiran AI sebagai bagian dari interaksi sosial digital. Dalam perspektif HMC, hal ini mengindikasikan bahwa AI telah diintegrasikan ke dalam praktik komunikasi sehari-hari sebagai bagian dari interaksi sosial yang ekspresif. Praktik ini tercermin dalam unggahan Pengguna H (6 Januari 2026):

*“Haha malah kayak komedian lawas grok”*

Sementara itu, pernyataan menunjukkan penerimaan informasi secara netral dan cenderung tidak memberikan reaksi lanjutan yang signifikan dalam kalimatnya. Dapat dilihat dalam unggahan berikut:

*“Tidak hanya itu saja, sebelumnya ada berita beberapa bayi meninggal karena digigit tikus”* (Pengguna I, 16 Januari 2026)

Secara keseluruhan, pola respons ini menunjukkan bahwa interaksi dengan AI Grok berlangsung melalui percakapan timbal balik yang dinamis.

Temuan ini menunjukkan bahwa kehadiran AI Grok tidak menggantikan peran manusia dalam komunikasi publik, tetapi akan menjadi bagian dari jaringan interaksi yang melibatkan pengguna, audiens, dan teknologi secara bersamaan.

## **PENUTUP**

AI Grok diketahui dapat digunakan dalam berbagai konteks dan isu percakapan. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara umum Grok dimanfaatkan sebagai sumber informasi, alat klarifikasi, teman diskusi, serta objek hiburan. Temuan ini menunjukkan bahwa interaksi pengguna dengan AI mencerminkan beragam kebutuhan komunikasi yang dipengaruhi oleh konteks sosial, isu yang dibahas, serta ekspektasi pengguna terhadap kemampuan AI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik pemanggilan AI Grok dalam interaksi publik di media sosial X berlangsung dalam konteks yang beragam, menggunakan pola pemanggilan yang berbeda, serta memicu respons pengguna yang bersifat aktif dan reflektif. Temuan ini memperlihatkan bahwa AI Grok tidak hanya hadir sebagai alat bantu teknis, tetapi menjadi bagian dari dinamika komunikasi publik di ruang digital. Konteks penyebutan, pola pemanggilan, dan respons pengguna menunjukkan bahwa interaksi dengan AI berlangsung secara strategis dan terbuka di hadapan audiens publik. Hal ini menegaskan bahwa pemanggilan AI di media sosial memiliki makna sosial dan berperan dalam pembentukan bahasan di ruang publik. AI Grok tidak hanya berfungsi sebagai alat pencarian informasi, tetapi juga sebagai partisipan non-manusia dalam diskusi, klarifikasi informasi, serta sebagai medium ekspresi sosial pengguna. Penelitian ini memberikan kontribusi pada kajian perilaku pencarian informasi dan komunikasi digital dengan menempatkan AI sebagai partisipan non-manusia dalam dinamika interaksi sosial. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas periode observasi serta membandingkan praktik pemanggilan AI di berbagai platform media sosial untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Bakry, U. S. (2017). Pemanfaatan metode etnografi dan netnografi dalam penelitian hubungan internasional. *Jurnal Global & Strategis*, 11(1), 15-26. doi:10.20473/jgs.11.1.2017.15-26
- Danso, S., Annan, M. A. O., Ntem, M. T. K., Baah-Acheamfour, K., & Awudi, B. (2023). Artificial intelligence and human communication: A systematic literature review. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 19(1), 1391-403.
- Eissa, M. E. A. (2025). The Influence of AI-Generated Content on Trust and Credibility within Specialized Online Communities: A Brief Review on Proposed Conceptual Framework. *ShodhAI: Journal of Artificial Intelligence*, 2(2), 1-14. doi: 10.29121/shodhai.v2.i2.2025.40
- Fahri, L. M., & Qusyairi, L. A. H. (2019). Interaksi sosial dalam proses pembelajaran. *Palapa*, 7(1), 149-166. doi:10.36088/palapa.v7i1.194
- Fibriasari, H., Waluyo, B. D., Baharuddin, B., Putri, T. T. A., & Togatorop, M. R. S. (2022). Membangun chatter robot (chatbot) WhatsApp dan Telegram untuk Informasi Pariwisata. Surabaya: Pustaka Aksara.
- Firdaus, T., Bakari, L. Y., Octarianto, D. S., Khoirunnisa, R., Malini, D. R., & Mukarromah, M. (2025). Applying Grice's maxims and speech act theory to analyze pragmatics in ChatGPT and Gemini AI dialogues. *Uluslararası Dil Ve Çeviri Çalışmaları Dergisi*, 5(1), 34-53. doi:10.63673/Lotus.1631745
- Guzman, A. L. (2018). What is human-machine communication, anyway. *Human-machine communication: Rethinking communication, technology, and ourselves*, 117, 1-28.

- Heriyanto, H. (2018). Thematic Analysis sebagai Metode Menganalisa Data untuk Penelitian Kualitatif. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 2(3), 317-324. doi: 10.14710/anuva.2.3.317-324
- Lutpiana, N., Nahdi, K., & Irfan, M. (2025). Speech act dalam media sosial TikTok Gen Z Lombok Timur. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(03), 213-230. doi:10.23969/jp.v10i03.33132
- Mauliddia, S., Tobing, D. I. E. L., & Anggita, D. (2026). Analisis representasi chatbot dalam media sosial, hiburan, dan dampaknya terhadap budaya digital. *Jurnal Riset Sistem Informasi*, 3 (1), 110-121. doi:10.69714/jfhaj125
- Rany, D. M. (2025). Analisis peran kompetensi komunikasi, kredibilitas, dan kualitas informasi chatbot “TANYA” terhadap niat pembelian konsumen Tokopedia: Pendekatan mediasi oleh kepuasan pengguna dalam era e-commerce cerdas (Disertasi doktor). Universitas Islam Indonesia.
- Saputra, A., & Rachmaria, L. (2020). Pemanfaatan Instagram Indozone. id Sebagai Media Pemenuhan Informasi dan Hiburan Bagi Pengguna Instagram. *PANTAREI*, 4(03).
- Tejawati, A., Irsyad, A., Bakhtiar, R., Yuliantoro, P., & Ibrahim, M. R. (2024). Kecerdasan Buatan dalam Public Relations dan Jurnalistik. Padang: Gita Lentera.
- Tricahyo, F., & Zulfiningrum, R. (2025). Human-Machine Communication Dalam Interaksi Penggunaan AI. *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 12(1), 83-92. doi:10.37676/professional.v12i1.7755
- Ulfa, D. S. (2024). Mediated communication with chatbots as a social actor: A phenomenological study of application user experience replica chatbots in Indonesia (Tesis magister). Universitas Gadjah Mada.
- X Corp. (n.d.). Tentang berbagai jenis Post. Retrieved from <https://help.x.com/id/using-x/types-of-posts>
- X Corp. (n.d.). Tentang Grok, Asisten AI Lucu Anda di X. Retrieved from <https://help.x.com/id/using-x/about-grok>