

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dunia komunikasi saat ini telah berkembang sangat jauh. Kita tidak lagi hanya berbicara dengan sesama manusia, tetapi juga berinteraksi secara intensif dengan mesin cerdas. Menurut kacamata teori perilaku behaviorisme, manusia beradaptasi dengan teknologi karena mencari efisiensi dan kemudahan sebagai bentuk hadiah atau penguatan. Saat ini, kehadiran *Generative Artificial Intelligence* (GenAI) seperti ChatGPT telah menjadi fenomena luar biasa yang mengubah cara kita berkomunikasi dan mencari informasi.

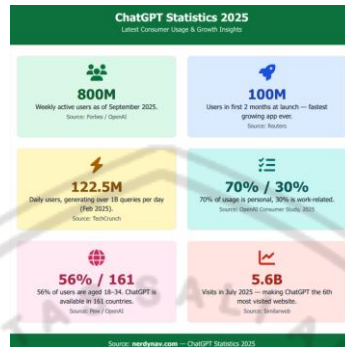
Dalam konteks dunia pendidikan tinggi, hadiah berupa efisiensi yang ditawarkan oleh ChatGPT menjadi daya tarik yang sangat kuat bagi mahasiswa. Aktivitas akademik seperti mencari referensi literatur, menyusun draf makalah, hingga memahami konsep yang kompleks kini dapat dilakukan hanya dalam hitungan detik melalui perintah teks sederhana (*prompt*). Kemudahan ini memicu adopsi yang masif di kalangan mahasiswa, menjadikan ChatGPT tidak lagi sekadar alat uji coba, melainkan telah terintegrasi sebagai asisten virtual dalam rutinitas akademik mereka sehari-hari.

Namun, pergeseran cara pencarian informasi ini membawa sebuah tantangan krusial, yaitu terkait dengan kualitas informasi yang dihasilkan. Berbeda dengan mesin pencari konvensional yang merujuk langsung pada sumber aslinya, ChatGPT menghasilkan teks berdasarkan pola probabilitas dari data yang dilatihkan kepadanya. Meskipun bahasa yang dihasilkan sangat natural dan tampak meyakinkan, sistem ini memiliki kerentanan terhadap halusinasi AI, di mana mesin dapat memproduksi informasi yang bias, tidak akurat, fiktif, atau bahkan tidak memiliki landasan teoretis yang valid.

Secara global, data menunjukkan pertumbuhan yang sangat masif. Di kutip dari (NerdyNav, 2025) aplikasi ini meraih 100 juta pengguna hanya dalam 2 bulan pertama peluncurannya. Bahkan, data terbaru per September 2025 mencatat

pengguna aktif mingguan ChatGPT telah tembus angka 800 juta pengguna, dengan kunjungan harian mencapai 122,5 juta.¹ Angka ini membuktikan bahwa teknologi ini bukan sekedar tren sesaat, melainkan sudah menjadi kebutuhan pokok masyarakat dunia.

Gambar 1. 1 Data statistik Pengguna ChatGPT



Sumber: Nerdynav.com

Di Indonesia, demam AI ini juga sangat terasa. Data statistik menunjukkan bahwa Indonesia menempati peringkat ke-5 di dunia sebagai negara yang mengakses ChatGPT terbanyak, dengan total 216 juta kunjungan per Agustus 2025². Laporan survei dari Populix (2023) juga mempertegas hal ini, di mana 52% masyarakat usia produktif di Indonesia sudah menggunakan ChatGPT, dan 75% di antaranya menggunakan alat berbasis AI ini secara spesifik untuk membantu pekerjaan atau tugas mereka. Angka-angka ini menunjukkan bahwa bagi masyarakat kita, terutama pelajar dan mahasiswa, penggunaan teknologi ini sudah menjadi kebiasaan baru yang sulit dilepaskan.

Tingginya intensitas penggunaan ChatGPT tersebut menjadikan mahasiswa sebagai kelompok pengguna yang paling relevan untuk dikaji. Secara khusus, mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi dipilih sebagai objek penelitian karena

¹ Nerdynav, "Latest ChatGPT Statistics: 800M+ Users, Revenue (Oct 2025)," *Nerdynav*, October 5, 2025 Pukul 15:37 WIB, <https://nerdynav.com/chatgpt-statistics/>

² GoodStats. "Indonesia Jadi Pengguna ChatGPT Tertinggi Ke-5 di Dunia." *GoodStats*, October 9, 2025 Pukul 16:30 WIB. <https://goodstats.id/article/indonesia-jadi-pengguna-chatgpt-tertinggi-ke5-di-dunia-mjoj8>

mereka memiliki tuntutan akademik yang lebih tinggi dalam hal literasi informasi, analisis pesan, dan kemampuan verifikasi kebenaran informasi.

Masuk ke lingkungan kampus, penggunaan ChatGPT semakin tidak terbendung. Mahasiswa cenderung menggunakan teknologi ini karena dua alasan sederhana yang dikenal dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), karena teknologi ini dirasa mudah digunakan dan berguna untuk membantu kuliah. Data menunjukkan bahwa mayoritas pengguna merasa terbantu karena adanya fitur templat dan kemudahan proses Populix (2023). Namun, kondisi ini diperparah dengan perilaku digital mahasiswa yang cenderung menginginkan jawaban instan. Banyak mahasiswa yang menggunakan ChatGPT bukan hanya sebagai teman diskusi, melainkan sebagai jalan pintas untuk menyelesaikan tugas tanpa memeriksa kembali kebenarannya.

Dalam konteks komunikasi akademik, perilaku tersebut berpotensi menimbulkan pergeseran orientasi mahasiswa dari proses pencarian kebenaran menuju sekadar pencapaian hasil instan. Kondisi ini dapat berdampak pada menurunnya kepekaan mahasiswa dalam menilai kualitas informasi, khususnya terkait akurasi, relevansi, dan kelengkapan pesan yang diterima.

Di balik kemudahan yang ditawarkan, terdapat persoalan serius terkait kualitas informasi yang sering kali tidak disadari oleh pengguna. Menurut Augenstein et al., (2023), teks yang dihasilkan oleh chatbot cenderung disampaikan dengan tingkat kepercayaan diri yang tinggi, sehingga model kecerdasan buatan ini kerap terlihat sebagai pembohong yang otoritatif. Penyampaian yang runtut dan meyakinkan dapat membuat pembaca percaya pada informasi yang sebenarnya keliru atau tidak bermakna, karena sistem tidak menunjukkan keraguan sebagaimana manusia. Kekhawatiran ini juga sejalan dengan peringatan UNESCO dalam pedoman etika AI, yang menegaskan bahwa penggunaan AI dalam pendidikan harus tetap menjaga integritas akademik serta tidak mengurangi kemampuan berpikir kritis manusia.

Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kesadaran normatif tentang risiko penggunaan AI dan praktik aktual mahasiswa dalam memanfaatkan ChatGPT. Di satu sisi, mahasiswa memahami adanya potensi kesalahan informasi,

namun di sisi lain tetap mengandalkan teknologi tersebut secara intensif dalam aktivitas akademik.

Pada artikel *Threats and opportunities of using ChatGPT in scientific writing* *The risk of getting spineless* yang ditulis oleh Ambrosio et al., (2024) dijelaskan bahwa sejak akhir tahun 2022, ChatGPT mengalami adopsi global yang sangat pesat, khususnya dalam bidang pendidikan dan penulisan ilmiah. Kemampuannya dalam menyintesis informasi dalam waktu singkat serta menyajikan jawaban dengan bahasa yang sistematis membuat ChatGPT banyak digunakan sebagai alat bantu pencarian dan penyusunan informasi akademik. Namun, artikel tersebut juga mengungkapkan adanya risiko serius terhadap kualitas informasi, terutama karena ChatGPT dapat menghasilkan informasi yang tampak meyakinkan tetapi faktualnya keliru, termasuk kesalahan data dan pembuatan referensi yang tidak pernah ada. Kondisi ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan ChatGPT tidak selalu sejalan dengan keakuratan dan keandalan informasi yang dihasilkan.

Lebih lanjut, artikel tersebut menegaskan bahwa penggunaan ChatGPT tanpa verifikasi dan pemikiran kritis berpotensi mengancam integritas akademik dan kualitas pengetahuan ilmiah. ChatGPT bekerja sebagai sistem *black box* yang tidak mampu menjelaskan dasar kebenaran dari setiap jawabannya serta memiliki keterbatasan pengetahuan yang tidak selalu mutakhir. Akibatnya, ketergantungan berlebihan terhadap ChatGPT dapat mendorong penyebaran kesalahan informasi, bias konfirmasi, dan penurunan kedalaman analisis ilmiah. Oleh karena itu, (Ambrosio et al., 2024) menekankan bahwa ChatGPT seharusnya diposisikan hanya sebagai alat bantu, bukan sebagai sumber informasi utama, agar kemudahan dan kegunaannya tidak menyebabkan pengguna mengabaikan kualitas informasi yang diterima dalam konteks akademik dan penelitian.

Masalah utamanya adalah adanya situasi yang kontradiktif di kalangan mahasiswa. Berdasarkan data spesifik dari penelitian Nurliansyah et al. (2025) di lingkungan universitas, ditemukan fakta yang mengejutkan. Tingkat penggunaan ChatGPT di kalangan mahasiswa sangat tinggi, mencapai 98,08% untuk kebutuhan akademik. Namun, kepercayaan mereka terhadap kualitas isinya justru rendah. Hanya 53,85% mahasiswa yang yakin bahwa informasinya bebas dari kesalahan

dan hanya 54,33% yang merasa informasi tersebut selalu dapat dipercaya. Bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi (FIKOM) yang seharusnya kritis terhadap informasi, kondisi ini tentu mengkhawatirkan.

Beberapa penelitian sebelumnya sudah banyak membahas topik ini, namun fokusnya berbeda. Penelitian seperti yang dilakukan oleh Wang & Fan, (2025) menyimpulkan bahwa ChatGPT berdampak positif terhadap kinerja belajar siswa secara umum. Sama dengan itu, Nashir et al., (2024) menemukan bahwa penggunaan ChatGPT berhubungan erat dengan kepuasan pemenuhan kebutuhan belajar. Di sisi lain, Kim et al., (2025) menemukan hal menarik bahwa faktor akurasi sering kali tidak terlalu dipedulikan oleh pengguna asalkan aplikasinya nyaman digunakan. Sementara Cahyanto et al., (2024) lebih menyoroti dampak penggunaan terhadap kemandirian mahasiswa. Rata-rata penelitian ini melihat dampak teknologi terhadap hasil belajar atau kepuasan pengguna.

Meskipun banyak penelitian tentang ChatGPT, masih ada celah yang belum terjawab. Penelitian Nurliansyah et al., (2025) sebelumnya menempatkan kualitas informasi sebagai penyebab yang mempengaruhi kebutuhan akademik. Penelitian ini ingin melakukan hal yang berbeda dengan membalik logika tersebut. Berdasarkan teori Stimulus-Respon, penelitian ini menempatkan penggunaan ChatGPT sebagai Stimulus yang mempengaruhi persepsi kualitas informasi sebagai respon. Belum banyak yang meneliti secara spesifik, apakah mahasiswa yang semakin sering menggunakan ChatGPT (karena merasa mudah/berguna) justru menjadi semakin kritis melihat kesalahan akurasi, atau malah menjadi semakin permisif dan maklum terhadap kualitas informasi yang rendah? Untuk memahami hubungan tersebut secara objektif dan terukur, diperlukan pendekatan penelitian yang mampu menguji pengaruh antarvariabel secara empiris. Oleh karena itu, pendekatan kuantitatif dipandang paling tepat untuk mengukur sejauh mana penggunaan ChatGPT memengaruhi persepsi mahasiswa terhadap kualitas informasi yang dihasilkan, Inilah yang ingin dijawab dalam penelitian ini.

Oleh karena itu, penelitian dengan judul "Pengaruh Penggunaan ChatGPT terhadap Kualitas Informasi pada Mahasiswa Fikom Universitas Sali Al-Aitaam" ini sangat penting untuk dilakukan. Di tengah data yang menunjukkan bahwa

hampir setengah mahasiswa meragukan akurasi ChatGPT, kita perlu tahu bagaimana perilaku penggunaan mereka sehari-hari mempengaruhi penilaian tersebut. Khusus bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi, kemampuan memverifikasi informasi adalah kompetensi inti yang tidak bisa ditawar. Hasil penelitian ini akan sangat berguna bagi kampus untuk menyusun panduan literasi digital, agar mahasiswa Fikom tidak terlena oleh kenyamanan teknologi dan tetap mampu menilai kualitas informasi secara kritis dan objektif.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

Seberapa besar pengaruh Penggunaan ChatGPT terhadap kualitas informasi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sali Al-Aitaam.

1.3. Identifikasi Masalah

Berdasarkan konteks penelitian yang telah diuraikan diatas, maka beberapa pertanyaan penelitian ini diantaranya:

- 1) Seberapa besar pengaruh kemudahan penggunaan ChatGPT terhadap kualitas informasi pada Mahasiswa Fikom Universitas Sali Al-Aitaam?
- 2) Seberapa besar pengaruh kegunaan ChatGPT terhadap kualitas informasi pada Mahasiswa Fikom Universitas Sali Al-Aitaam?
- 3) Seberapa besar pengaruh penggunaan ChatGPT terhadap kualitas informasi pada Mahasiswa Fikom Universitas Sali Al-Aitaam?

1.4. Tujuan Penelitian

Untuk menjawab identifikasi masalah yang telah disampaikan, penelitian ini menetapkan beberapa tujuan yang ingin dicapai. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Besarnya pengaruh kemudahan penggunaan ChatGPT terhadap kualitas informasi pada Mahasiswa Fikom Universitas Sali Al-Aitaam.

- 2) Besarnya pengaruh kegunaan ChatGPT terhadap kualitas informasi pada Mahasiswa Fikom Universitas Sali Al-Aitaam.
- 3) Besarnya pengaruh penggunaan ChatGPT terhadap kualitas informasi pada Mahasiswa Fikom Universitas Sali Al-Aitaam.

1.5. Kegunaan Penelitian

1.5.1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya diskursus dalam Ilmu Komunikasi, khususnya pada kajian Media Baru (New Media) dan studi interaksi manusia dengan komputer. Kontribusi teoritis dari penelitian ini berpijak pada tiga hal utama:

- 1) Penggabungan tiga kacamata teori, Penelitian ini mencoba menyatukan tiga kacamata teori sekaligus, Teori Behaviorisme untuk melihat perilaku kebiasaan, Teori *Stimulus-Organism-Respon* (S-O-R) untuk melihat hubungan sebab-akibat, dan Teori *Technology acceptance model* untuk melihat Penerimaan pengguna pada sebuah teknologi.
- 2) Pembalikan perspektif pengguna, Hal yang membuat penelitian ini berbeda dan memberikan kontribusi baru adalah cara pandangnya. Jika penelitian-penelitian sebelumnya lebih sering membahas bagaimana informasi yang bagus membuat orang mau memakai aplikasi, penelitian ini justru membalikinya. Penelitian ini ingin melihat bagaimana kebiasaan kita yang sering menggunakan aplikasi karena merasa mudah dan berguna ala teori TAM justru bisa mempengaruhi cara kita menilai kualitas informasinya.
- 3) Pembuktian fenomena bias teknologi, Hasil penelitian ini akan membantu kita memahami fenomena bias teknologi. Kita bisa membuktikan apakah prinsip hadiah dalam teori perilaku itu benar terjadi apakah karena ChatGPT memberikan hadiah berupa jawaban instan dan mudah, mahasiswa jadi cenderung menutup mata soal keakuratan datanya? Atau sebaliknya, apakah sering pakai justru bikin

mahasiswa makin kritis? Ini adalah temuan penting untuk memahami perilaku pencarian informasi di zaman AI sekarang.

1.5.2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan memberikan dampak nyata bagi berbagai pihak di lingkungan akademik, manfaat praktis ini berpijak terhadap 4 hal utama:

- 1) Bagi mahasiswa, penelitian ini dapat menjadi bahan refleksi diri yang penting untuk menyadarkan mereka akan pola perilaku penggunaan teknologi sehari-hari. Temuan ini diharapkan dapat membuka wawasan mahasiswa bahwa perasaan mudah dan nyaman saat menggunakan ChatGPT tidak boleh menumpulkan daya kritis mereka dalam memverifikasi kebenaran informasi. Dengan demikian, mahasiswa didorong untuk lebih bijak memposisikan AI sebagai mitra belajar yang suportif, bukan sebagai penentu kebenaran mutlak yang dipercaya tanpa filter.
- 2) Bagi dosen dan tenaga pengajar, penelitian ini memberikan gambaran empiris mengenai mentalitas dan tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap teknologi kecerdasan buatan. Pemahaman ini sangat berguna bagi dosen untuk merancang strategi pengajaran yang lebih relevan, misalnya dengan lebih menekankan metode verifikasi fakta dalam setiap penugasan. Hal ini bertujuan agar proses pembelajaran tidak hanya fokus pada hasil akhir, tetapi juga melatih mahasiswa untuk tetap skeptis dan analitis di tengah gempuran jawaban instan dari AI.
- 3) Bagi institusi, khususnya Fakultas Ilmu Komunikasi dan Universitas Sali Al-Aitaam, hasil penelitian ini dapat menjadi landasan data yang kuat dalam merumuskan kebijakan akademik yang adaptif. Informasi yang diperoleh dapat digunakan untuk menyusun pedoman etika penggunaan AI yang jelas serta mengembangkan materi literasi digital yang spesifik, sehingga lingkungan kampus dapat memfasilitasi penggunaan teknologi yang produktif tanpa mengorbankan standar integritas akademik.
- 4) Bagi peneliti selanjutnya, kajian ini diharapkan dapat menjadi referensi empiris yang memperkaya studi mengenai perilaku digital dan psikologi teknologi. Penelitian ini membuka peluang untuk pengembangan riset lebih lanjut,

misalnya dengan mengeksplorasi variabel lain seperti kemampuan berpikir kritis atau motivasi belajar, guna melihat gambaran yang lebih komprehensif mengenai interaksi antara manusia dan mesin cerdas di masa depan.

1.6 Ruang Lingkup dan Pengertian Istilah

1.6.1 Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian ini lebih terarah dan mendalam, penulis menetapkan batasan-batasan masalah sebagai berikut:

1. Subjek Penelitian: Penelitian ini hanya difokuskan pada mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Komunikasi (Fikom) Universitas Sali Al-Aitaam. Mahasiswa dari fakultas lain atau universitas lain tidak termasuk dalam lingkup penelitian ini.
2. Objek Penelitian: Objek yang diteliti dibatasi pada dua variabel utama, yaitu Penggunaan ChatGPT (sebagai variabel bebas/X) yang diukur melalui persepsi kemudahan dan kegunaan, serta Kualitas Informasi (sebagai variabel terikat/Y) yang diukur melalui persepsi akurasi, relevansi, ketepatan waktu, dan kelengkapan.
3. Wilayah Penelitian: Penelitian dilakukan di lingkungan kampus Universitas Sali Al-Aitaam, Bandung.
4. Waktu Penelitian: Penelitian ini dilaksanakan pada Semester Ganjil Tahun Akademik 2025/2026.
5. Batasan Substansi: Penelitian ini tidak membahas aspek teknis pemrograman atau algoritma ChatGPT, melainkan murni membedah aspek perilaku komunikasi dan persepsi pengguna dari sudut pandang ilmu komunikasi dan literasi informasi.

1.6.2 Pengertian Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam menafsirkan judul dan isi penelitian, berikut adalah definisi konseptual dari istilah-istilah kunci yang digunakan:

1. Pengaruh

Merupakan daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang. Dalam penelitian ini, pengaruh merujuk pada kekuatan hubungan sebab-akibat antara intensitas penggunaan aplikasi dengan penilaian kualitas informasi.

2. Penggunaan ChatGPT

Merupakan aktivitas interaksi mahasiswa dengan aplikasi Generative AI bernama ChatGPT dalam konteks akademik. Dalam penelitian ini, penggunaan tidak hanya diukur dari frekuensi (seberapa sering), tetapi didefinisikan berdasarkan Technology Acceptance Model (TAM), yaitu sejauh mana mahasiswa merasa teknologi ini mudah digunakan (*perceived ease of use*) dan berguna (*perceived usefulness*) untuk membantu tugas kuliah mereka.

3. Kualitas Informasi

Merupakan persepsi atau penilaian subjektif mahasiswa terhadap *output* pesan yang dihasilkan oleh ChatGPT. Mengacu pada teori McLeod dan Schell, kualitas ini dinilai berdasarkan empat indikator utama:

- a) Relevansi: Kesesuaian jawaban dengan topik tugas.
- b) Akurasi: Tingkat kebenaran dan kebebasan dari kesalahan (*error/hallucination*).
- c) Ketepatan Waktu: Ketersediaan informasi yang *up-to-date*.
- d) Kelengkapan: Seberapa utuh dan komprehensif informasi yang disajikan.

4. Mahasiswa Fikom

Merupakan peserta didik yang terdaftar aktif di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sali Al-Aitaam. Kelompok ini dipilih karena memiliki karakteristik khusus sebagai calon praktisi komunikasi yang dituntut memiliki kompetensi literasi media dan verifikasi informasi yang lebih tinggi dibandingkan jurusan lain.