



## Hubungan Penggunaan ChatGPT Dengan Pemenuhan Kebutuhan Mahasiswa

**Muhammad Hisyam Nashir**

Universitas Padjadjaran, Jatinangor

Email: [muhammad20371@mail.unpad.ac.id](mailto:muhammad20371@mail.unpad.ac.id)

**Teddy Kurnia Wirakusumah**

Universitas Padjadjaran, Jatinangor

Email: [teddy@unpad.ac.id](mailto:teddy@unpad.ac.id)

**Dedi Rumawan Erlandia**

Universitas Padjadjaran, Jatinangor

Email: [dedi.rumawan.erlandia@unpad.ac.id](mailto:dedi.rumawan.erlandia@unpad.ac.id)

Korespondensi penulis: [muhammad20371@mail.unpad.ac.id](mailto:muhammad20371@mail.unpad.ac.id)

**Abstract:** *The rise in the phenomenon of using Artificial Intelligence such as ChatGPT and the very high trust of the Indonesian people in the development of Artificial Intelligence, especially the Gen Z generation group with Higher Education status (students), has given rise to debate in terms of the impact of its uses as a technology that helps the learning process. On the positive side, ChatGPT can provide personalized and interactive learning, while on the negative side, ChatGPT can provide incorrect and inaccurate information. Meanwhile, penetration of its uses can no longer be avoided because it is easy to access, so the good and bad sides will continue to be felt, especially for its users. Moreover, until now there is still very little research on how this technology can help fulfill the needs of students within the research campus, especially the most important need for them as someone who is pursuing higher education, namely the need for satisfying learning. Therefore, this research aims to explain the relationship between the uses of ChatGPT and the fulfillment of learning needs for students at the Faculty of Communication Sciences, Padjadjaran University with the help of the Uses and Gratification theory approach. The research method used is a quantitative method with a type of correlational study design using the Spearman Rank correlation test. The results of this study show that there is a positive and significant relationship between the uses of ChatGPT and fulfilling the learning needs of students at the Faculty of Communication Sciences, Padjadjaran University with a correlation coefficient of 0.834. So, it can be concluded that the higher the uses of ChatGPT, the higher the fulfillment of students' learning needs, which means that frequent uses of ChatGPT can indicate that it is closely related to satisfying learning needs.*

**Keywords:** *Uses and Gratification, Learning Needs, Uses of ChatGPT, Correlation Study*

**Abstrak:** Maraknya fenomena penggunaan Artificial Intelligence seperti ChatGPT di Indonesia dan juga tingkat kepercayaan masyarakat Indonesia yang sangat tinggi terhadap perkembangan Artificial Intelligence (AI) ini, terutama kelompok generasi Gen Z dengan status Higher Education (mahasiswa), selalu menimbulkan perdebatan dari segi dampak penggunaannya sebagai teknologi yang membantu proses pembelajaran. Di sisi positif, ChatGPT dapat memberikan pembelajaran yang personal dan interaktif, sedangkan di sisi negatif, ChatGPT dapat memberikan informasi yang salah dan tidak akurat. Sementara itu penetrasi penggunaannya sudah tidak dapat dihindarkan lagi karena mudahnya akses untuk dijangkau, sehingga sisi baik dan buruknya akan terus terasa, terutama bagi penggunaannya. Terlebih, hingga saat ini masih sangat minim penelitian mengenai bagaimana teknologi ini dapat membantu pemenuhan kebutuhan mahasiswa, terutama di lingkup kampus peneliti. Kebutuhan yang dimaksud adalah kebutuhan yang paling penting bagi para mahasiswa sebagai seseorang yang sedang menempuh pendidikan tinggi, yaitu kebutuhan akan pembelajaran yang memuaskan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara penggunaan ChatGPT dengan pemenuhan kebutuhan pembelajaran pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran dengan bantuan pendekatan teori Uses and Gratification. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis perancangan studi korelasional melalui uji korelasi Rank Spearman. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara penggunaan ChatGPT dengan pemenuhan kebutuhan pembelajaran Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran dengan koefisien korelasi sebesar 0,834. Maka, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi penggunaan ChatGPT maka pemenuhan kebutuhan

pembelajaran mahasiswa tersebut akan semakin tinggi juga yang mana berarti dengan sering menggunakan ChatGPT dapat terindikasi bahwa sangat berkaitan dengan kebutuhan akan pembelajaran yang terpenuhi

**Kata Kunci:** Uses and Gratification, Kebutuhan Pembelajaran, Penggunaan ChatGPT, Studi Korelasional

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi terus berkembang pesat seiring perkembangan zaman. Salah satu bidang yang mengalami perkembangan signifikan adalah teknologi artificial intelligence (AI) atau kecerdasan buatan. Kecerdasan buatan merupakan cabang ilmu komputer yang berfokus pada penciptaan mesin atau sistem otomatis yang dapat meniru kemampuan manusia dalam berbagai aspek, seperti belajar, berpikir, berbicara, dan berinteraksi. Perkembangan teknologi ini telah berdampak kepada seluruh ranah kehidupan manusia termasuk ranah pendidikan (Russel & Norvig, 2020). Kemampuan yang dimiliki AI tersebut membuat terjadinya transformasinya pendidikan dimana pembelajaran ataupun sumber-sumber pembelajaran saat ini tersedia luas dan dapat diakses kapanpun dan dimanapun, sehingga aspek berjalanya pendidikan dan teknologi seperti AI ini menjadi dua hal yang saling terkait satu sama lain. Dengan adanya keterkaitan ini, memungkinkan teknologi seperti AI untuk melahirkan perubahan dan inovasi di dalam pendidikan, ataupun sebaliknya, perkembangan yang telah terjadi di dalam pendidikan, berdampak pada bertambahnya permintaan akan teknologi baru yang berakibat semakin canggihnya teknologi yang ada, tak terkecuali teknologi AI ini (Baidoo-Anu & Owusu Ansah, 2023). Dengan semakin canggihnya teknologi AI ini, mulailah bermunculan implementasi teknologi AI ini yang manfaatnya lebih spesifik lagi, salah satunya adalah implementasi teknologi untuk Chatbot. Chatbot merupakan sebuah program komputer yang dilatih untuk dapat berkomunikasi dengan manusia melalui 2 teks atau suara. Chatbot ini dapat ditemukan di berbagai platform seperti media sosial, aplikasi pesan instan, ataupun situs web yang mana pengguna perlu akses internet apabila ingin menggunakannya (Nugraha et al. 2022). Kemudian, Chatbot ini berkembang menjadi lebih canggih lagi dengan lahirnya model chatbot GPT atau biasa disebut dengan ChatGPT (Generative Pre-trained Transformer). Dengan model GPT Teknologi ini dapat memahami dan merespons teks yang masuk (pertanyaan dan pernyataan yang kita tanyakan dalam prompt chat) dengan menirukan cara percakapan layaknya melakukan percakapan manusia dengan manusia (Setiawan & Luthfiyani, 2023). Teknologi ChatGPT dibuat oleh sebuah perusahaan OpenAI yang merupakan organisasi penelitian kecerdasan buatan. Perusahaan ini didirikan oleh sejumlah tokoh terkenal, seperti Elon Musk, Peter Thiel, dan Reid Hoffman. ChatGPT menggunakan model generatif pra-pelatihan yang disebut GPT-3 dimana itu adalah salah satu model kecerdasan buatan yang canggih saat ini. Dengan model GPT tersebut, teknologi ini

memiliki kemampuan untuk dapat berkomunikasi dengan manusia dengan menghasilkan teks yang koheren dan relevan dengan konteks percakapan manusia. Adapun di dalam model GPT ini, terdapat fitur-fitur teknis dibelakangnya yang saling membangun model tersebut sehingga pengguna dapat merasakan percakapan seperti terhadap sesama manusia, menjawab pertanyaan, mengoreksi jawaban, pembantuan berpikir dan mengambil keputusan ataupun menolak permintaan (OpenAI, 2022). Kemampuan tersebut jauh melebihi produk seperti Google yang memiliki produk pencarian informasi serupa, tetapi sifatnya hanya satu arah.

ChatGPT adalah jenis implementasi AI paling populer penggunaannya di dunia. Saat pertama diluncurkan pada November 2022, hanya dalam waktu 5 hari 3 penggunanya di seluruh dunia telah mencapai 100 juta yang mana menjadikannya aplikasi kedua tercepat di dunia setelah thread untuk mencapai pengguna sampai 100 juta (Duarte, 2023). Pada Februari 2023 saja, jumlah pengguna aktif bulanan ChatGPT telah mencapai 100 juta, yang menjadikannya layanan aplikasi berbasis web konsumen dengan tingkat pertumbuhan tercepat yang pernah ada hingga saat itu dan bertahan hingga aplikasi thread menyusul pada bulan Juli 2023 (Duarte, 2023). Meskipun pesatnya pertumbuhan penggunaan teknologi ini, Negara kita Indonesia sendiri bukanlah negara yang masuk 5 besar pengguna ChatGPT di dunia yang berarti perkembangan yang pesat ini terindikasi bukan berasal dari penggunaan masyarakat Indonesia. Namun, di Indonesia sendiri pengguna aplikasi berbasis AI seperti ChatGPT termasuk yang paling populer dibandingkan aplikasi AI lainnya (populix, 2023). Hal tersebut dibuktikan melalui hasil survey yang dilakukan lembaga survei Populix secara nasional pada tahun 2023 terhadap 1014 responden seluruh indonesia dengan rentan usia 17-35 tahun. Hasil survei ini mengatakan bahwa penggunaan ChatGPT adalah yang paling populer dari segi penggunaannya di Indonesia terutama untuk membantu produktifitas pekerjaan dibandingkan aplikasi berbasis AI yang lainnya dengan persentase 52%

Dalam lingkup pendidikan tinggi di Indonesia sendiri, kepopuleran penggunaan ChatGPT telah direspon oleh berbagai universitas termasuk Universitas Padjadjaran. Menurut CEO Bahasa Kita, Oskar Riandi yang merupakan narasumber ahli bahasa dan teknologi komunikasi pada suatu webinar yang diselenggarakan di Universitas Padjadjaran pada Bulan Februari Tahun 2023 yang berjudul “ChatGPT dan Perkembangan LLM pada Pendidikan Tinggi: Peluang atau Ancaman?” mengatakan bahwa kemampuan yang dimiliki ChatGPT bukan hanya sebatas untuk pemenuhan informasi, pencarian ide atau sejenisnya, teknologi ini mempunyai potensi pemberian dampak yang lebih besar lagi dari hal tersebut, terutama dalam ranah pendidikan. ChatGPT dapat digunakan untuk berbagai implementasi seperti layanan pelanggan, asisten pribadi, menulis artikel, meringkas teks, parafrase, serta menerjemahkan

bahasa maupun analisis. Selain itu, ChatGPT juga membantu membuat artikel ilmiah, tesis, dan hal lainnya yang berhubungan dengan kebutuhan pekerjaan atau tugas mahasiswa (Lucey & Dowling, 2023). Bicara soal peluang implementasi di perguruan tinggi, terutama dalam pembelajaran, beliau mengatakan jika ChatGPT dapat digunakan untuk melakukan personalisasi pembelajaran karena sistem ini dapat memberikan respons yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi belajar setiap mahasiswa. Beliau pun mengatakan bahwa kemampuan belajar setiap mahasiswa pasti akan berbeda, sehingga personalisasi pembelajaran sangat diperlukan dan menjadi hal yang menjadi sangat beresensi bagi mahasiswa agar dapat sesuai kebutuhan dan preferensi belajarnya. Selain itu, menurut Oscar, ChatGPT juga dapat dijadikan alat untuk efisiensi pembelajaran, sebagai contoh bahwa dengan adanya teknologi ini mahasiswa bisa mengakses pembelajaran kapanpun di manapun dan dapat memiliki waktu lebih panjang untuk berinteraksi dengan sistem yang selalu *online* selama 24 jam. Hal itu dapat meningkatkan fleksibilitas metode pembelajaran dan aksesibilitas lebih kepada mahasiswa. Contoh lainnya Pada konteks yang sifatnya lebih kepada penulisan seperti penelitian pun ChatGPT dapat dimanfaatkan dalam rangka optimalisasi kerja penelitian, misalnya untuk mengorganisasikan ide atau pemikiran, mendapatkan umpan balik atas abstrak, pertanyaan riset, atau *draft* tulisan, membantu proses *literature review*, memperbaiki kekurangan dalam analisis data, dan menyempurnakan kalimat dan paragraf (Metzler, 2022 & Rudolph et al., 2023 & Susnjak, 2022).

Namun, sistem atau teknologi ini pun punya beberapa resiko yang perlu diperhatikan oleh perguruan tinggi. Menurut Oskar dalam Webinar mengenai ChatGPT tersebut dikatakan bahwa penggunaan ChatGPT yang masif ini dapat mengakibatkan ketergantungan bagi penggunanya dimana para mahasiswa menjadi ketergantungan dengan teknologi sehingga mengurangi untuk berusaha berpikir kritis. Hal itu disebutkan juga dalam artikel di salah satu media online bahwa penggunaan ChatGPT dalam pembelajaran dapat menghambat pengembangan keterampilan literasi digital mahasiswa, ketergantungan pada sumber informasi tunggal, dan kurangnya kemampuan evaluasi kritis terhadap informasi yang diberikan oleh ChatGPT (kompasiana, 2023). Selain itu data yang diberikan oleh ChatGPT ini belum tentu akurat, terlebih jawaban yang diberikan apabila mahasiswa bertanya itu tidak disertakan jawaban yang berdasar ke jurnal terakreditasi atau sumber kredibel sehingga berpotensi menghasilkan informasi hoax atau keliru. Terkait dengan informasi keliru ini juga ditegaskan oleh Professor dari Universitas Sydney dan Andalas, Budiman Minasny dan Dian Fiantis juga Dosen Universitas Gadjah Mada, Wirastuti Widatmanti (dalam media *The Conversation*, 2023) bahwa validitas jawaban ChatGPT perlu diperiksa karena terkadang kalimat yang dihasilkan

terlihat seperti mengesankan, namun kontennya terkadang tidak tepat dan sangat dangkal. Hal tersebut akan sangat membahayakan, terutama apabila mahasiswa kurang memiliki kemampuan berpikir kritis karena kalimat-kalimat yang muncul dalam percakapannya terlihat mengesankan. Disamping itu juga penggunaan yang sering berpotensi mengurangi kemampuan interaksi sosial karena kenyamanan interaksi yang tersedia meskipun itu bukan manusia. Oleh karena itu, dalam Webinar tersebut beliau mengatakan bahwa diperlukannya dorongan dari berbagai pihak terkait atau integrasi penggunaan ChatGPT ini dalam pembelajaran yang diarahkan oleh dosen atau diatur sedemikian rupa dengan memperhatikan manfaat dan resiko penggunaan sehingga dapat memberikan manfaat maksimal bagi proses pembelajaran tanpa menggantikan interaksi sosial dan partisipasi aktif mahasiswa di perguruan tinggi.

Selain dalam lingkup Universitas, fakultas di kampus Unpad pun turut merespons terkait fenomena kehadiran ChatGPT ini, salah satunya adalah fakultas Ilmu komunikasi. Fakultas ini telah menyelenggarakan sebuah webinar yang bekerja sama dengan Universiti Teknologi Mara (UiTM), Malaysia untuk mahasiswa S1 yang membahas mengenai AI dengan judul “what is the future communication” dalam Virtual Mobility Course tahun 2023, dipaparkan oleh Dr. Abie Besman S.Sos., M.Si. Webinar tersebut membahas perkembangan AI di dunia modern dan bagaimana itu berdampak pada komunikasi di masa depan. Hal tersebut menunjukkan bahwa teknologi AI ini yang mana salah satunya adalah ChatGPT juga sudah memiliki dampak yang spesifik terutama dalam perkembangan komunikasi. Praktisi dan pakar komunikasi sains juga mulai merefleksikan pengaruh AI generatif pada praktik komunikasi sains, dan mereka tampaknya setuju bahwa hal ini akan berdampak signifikan (Schäfer, 2023). Dalam bidang kajian yang spesifik kepada ilmu komunikasi sendiri, ChatGPT ini dapat membantu secara signifikan untuk membantu proses pencarian ide dalam pembuatan konten media (Wesche, 2023). Selain itu ChatGPT juga dapat membantu para mahasiswa dan juga ilmuwan komunikasi terkait tugas yang berhubungan dengan penulisan, seperti menulis artikel berita atau ilmiah, penulisan konten sosial media, juga membantu memberikan ide slogan atau headline untuk kampanye komunikasi (Schäfer, 2023). Dengan kelebihan ini, proses untuk memenuhi kebutuhan pembelajaran dalam lingkungan kampus khususnya di fakultas ilmu komunikasi pun akan sangat terbantu dengan kehadiran ChatGPT ini apabila kita mengetahui cara memaksimalkannya.

Kebutuhan pembelajaran merupakan segala hal yang dibutuhkan oleh seseorang untuk mengisi kesenjangan yang ada. Kesenjangan tersebut dapat dipercepat dan diefektifkan dengan bantuan media sosial, media teknologi ataupun media lainnya agar dalam proses pembelajaran menjadi lebih mudah sehingga tujuan pembelajaran yang hendak dicapai bisa tercapai secara

efektif. Seperti yang diutarakan oleh Arsyad & Azhar (2014) bahwa media tidak dapat dipisahkan dari pembelajaran karena fungsinya sebagai saluran untuk menyampaikan informasi. Namun, kebutuhan akan pembelajaran yang dimiliki oleh setiap orang khususnya mahasiswa pasti akan berbeda-beda sehingga mereka akan memilih media yang sesuai dengan preferensinya sehingga proses mereka masing-masing dapat terbantu secara personal. Seperti yang dijelaskan oleh Morissan et al. (2010) bahwa khalayak cenderung menghindari media yang tidak sesuai dengan nilai, sikap, dan keyakinannya. Hal tersebut berarti setiap individu mencari kepuasan personal tertentu dalam memilih media mereka.

Dalam hal ini, maka ChatGPT dapat menjadi salah media yang dipilih oleh oleh mahasiswa untuk mendukung proses pembelajaran. Adapun, keputusan pemilihan mahasiswa dalam memilih teknologi ini untuk memenuhi kebutuhan pembelajarannya dapat kita cocokkan dengan konsep *uses and gratification*. Menurut ahli Palmgreen menyatakan bahwa dalam teori *Uses and Gratification*, terdapat faktor penentu dari kenapa pengguna memilih media yang dipilihnya dan itu dipengaruhi oleh motif-motif tertentu. Motif- motif ini tentu bergantung kepada pertimbangan kepuasan apa yang mereka peroleh setelah menggunakan suatu media. Maka dari itu, teori besar yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Uses and Gratification* karena teori ini memiliki asumsi dasar bahwa individu akan secara aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan tertinggi bagi mereka (Whiting & Williams, 2013). Teori ini juga menjadi relevan karena memiliki konsep *gratification* yang dapat digunakan untuk memprediksi penggunaan dan pengguna media secara berulang, sehingga membantu menjelaskan pengkajian penggunaan media yang dalam hal ini ChatGPT sebagai media atau alat untuk membantu pemenuhan kebutuhan pembelajaran.

Oleh karenanya peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana hubungan penggunaan ChatGPT ini dengan pemenuhan kebutuhan pembelajaran pada mahasiswa fakultas ilmu komunikasi universitas padjadjaran S1.

## **METODE PENELITIAN**

Creswell (2018) mengungkapkan bahwa metode penelitian merupakan sebuah cara penelitian yang di dalamnya meliputi berbagai langkah yang bentuknya adalah asumsi-asumsi luas hingga rincian metode-metode dalam pengumpulan data, analisis, dan interpretasi data. Intinya metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu sehingga diperlukan perhatian terhadap empat kunci utama, yaitu data, cara ilmiah, tujuan, dan kegunaan (Sugiyono, 2019)

Berdasarkan pengertian diatas, metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode kuantitatif dengan jenis metode korelasional (*correlation study*). Menurut Creswell

(2018), penelitian kuantitatif korelasional adalah metode penelitian yang memfokuskan pada analisis data numerik untuk menguji teori dengan mengevaluasi hubungan antara variabel. Tujuan dari metode ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya signifikansi hubungan antara variabel X dengan variabel Y dan juga bertujuan untuk mengetahui seberapa erat dan berarti hubungan tersebut (Creswell, 2018). Untuk mendapatkan tujuan tersebut, dapat dilihat melalui angka koefisien sebagai hasil rumus kerja statistik pada jenis metode korelasional dimana koefisien tersebut akan menunjukkan ada tidaknya korelasi antara dua variabel dalam penelitian

Sebelum dilaksanakannya penelitian, peneliti membuat hipotesis sebagai asumsi awal untuk menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti. Pada penelitian ini akan membuktikan ada atau tidaknya signifikansi hubungan variabel (X) atau bebas terhadap variabel (Y) atau terikat. Adapun variabel bebas (X) dari penelitian ini adalah Penggunaan ChatGPT sementara variabel terikat (Y) adalah kebutuhan pembelajaran mahasiswa. Adapun yang menjadi alasan peneliti menggunakan metode ini adalah karena menurut Fraenkel et al. (2009) penelitian korelasional adalah penelitian yang memiliki fokus untuk mengetahui atau memahami hubungan antara dua variabel atau lebih tanpa adanya upaya untuk mempengaruhi variabel. Hal tersebut memiliki maksud bahwa peneliti tidak mencoba untuk mempengaruhi atau mengubah salah satu variabel tersebut, sehingga penelitian ini akan berfokus untuk mengetahui atau menafsirkan hubungan yang berdasarkan pada kekuatan signifikansi hubungan antara variabel (x) dan (y) saja, bukan untuk mengetahui sebab-akibat secara langsung dari penggunaan ChatGPT terhadap pemenuhan kebutuhan pembelajaran mahasiswa.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk menguji hubungan penggunaan ChatGPT (X) dengan pemenuhan kebutuhan pembelajaran (Y) digunakan pengujian korelasi Rank Spearman dengan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>0</sub>: Tidak terdapat hubungan penggunaan ChatGPT pemenuhan kebutuhan pembelajaran pada mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran

H<sub>1</sub>: Terdapat hubungan penggunaan ChatGPT dengan pemenuhan kebutuhan pembelajaran pada mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran.

Hasil perhitungan untuk menjawab hipotesis yang diajukan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel Uji Hubungan Penggunaan ChatGPT (X) dengan Pemenuhan Kebutuhan Pembelajaran (Y) pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran

Variabel	Rs hitung	Z ZRsTabel	ZZ Hitung	Z Z Tabel	Keputusan	Kesimpulan	Keterangan
X dan Y	0,834	0,151	10,8	1,96	H <sub>0</sub> ditolak	Ada Hubungan	signifikan

Berdasarkan hasil uji korelasi spearman di SPSS yang disajikan pada gambar 4.1, diperoleh nilai signifikansi 0,000 yang mana nilai signifikansi tersebut dibawah 0,05 ,maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan penggunaan ChatGPT (X) dengan pemenuhan kebutuhan pembelajaran (Y) dan signifikan secara statistik untuk sampel yang diteliti. Didapatkan juga nilai *rho* sebesar 0,834 yang berarti jika diinterpretasikan melalui kekuatan hubungan *Rho* yang telah dipaparkan pada tabel di Bab III, maka hubungannya masuk dalam tingkatan hubungan yang kuat karena berada dalam  $0,7 \leq rho < 0,9$ .

Berdasarkan tabel 4.45 juga telah didapatkan hasil dari *rho* atau sebesar 0,834 dimana  $0,834 > 0,151$  dan  $+ 10,8 > +1,96$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan arah hubungan bernilai positif. Maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan antara penggunaan ChatGPT (X) dengan pemenuhan kebutuhan pembelajaran (Y) pada mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran. Artinya jika penggunaan ChatGPT semakin tinggi, maka semakin tinggi pula pemenuhan kebutuhan pembelajarannya. Begitu pula sebaliknya, jika semakin rendah penggunaan ChatGPT, maka semakin rendah pula pemenuhan kebutuhan pembelajarannya.

Hal tersebut mengindikasikan bahwa pada saat penelitian dilaksanakan kepada mahasiswa, mereka memiliki keputusan dalam pemilihan media ini karena mereka perlu memenuhi kebutuhan akan aktualisasi diri dalam proses pembelajaran mereka. Aktualisasi diri ini dalam konteks kebutuhan integratif individu dalam kebutuhan pembelajaran merupakan kebutuhan akan merasa percaya diri dan merasa ingin memiliki kredibilitas atas pengetahuan, topik, atau hal yang sedang dipelajarinya. Artinya kebutuhan akan kedua hal tersebut dapat terindikasi menjadi motivasi mahasiswa untuk menggunakan ChatGPT ini, dimana hal tersebut dapat dilihat melalui tingginya angka koefisien kontribusi dibandingkan yang lainnya. Motivasi yang dapat disimpulkan oleh peneliti tersebut juga didukung oleh pernyataan menurut Vinney (2019) yang mengatakan bahwa teori penggunaan dan kepuasan ini menjadi sangat penting untuk dijadikan acuan dalam memahami secara mendalam tentang motivasi para individu yang dianggap secara aktif dalam memilih media dan kepuasan yang mereka dapat setelah penggunaan media tersebut.

Sementara itu, mengenai kebutuhan pelepasan mahasiswa atau kebutuhan akan melarikan diri dari rutinitas dan mencari media alternatif sebagai hiburan terindikasi bukan merupakan motivasi bagi mahasiswa akan pemilihan penggunaan media ChatGPT ini sebagai salah satu media untuk pelepasan. Hal ini ditunjukkan dengan paling rendahnya kontribusi variabel ini dibandingkan yang lainnya dan juga sejalan dengan salah satu asumsi teori *Uses and Gratification* menurut Katz, Blumler, dan Gurevitch (dalam Morissan et al., 2010) dimana

media bersaing dengan bentuk komunikasi lainnya dalam hal pilihan, perhatian dan penggunaan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan khalayaknya. Artinya ChatGPT bukan menjadi alternatif pilihan untuk kebutuhan pelarian diri dari rutinitas pembelajaran dimana berarti terindikasi bahwa terdapat pilihan media yang lain yang bentuk komunikasinya lebih baik dibandingkan media ChatGPT ini dalam memfasilitasi kebutuhan tersebut.

Dengan demikian, dasar teori *Uses and Gratification* yang digunakan telah berhasil membantu menguji hipotesis yang diajukan dimana berarti ChatGPT sebagai media teknologi dengan kecanggihan yang dimilikinya dalam memberikan jawaban-jawaban yang ditanyakan oleh penggunanya dalam hal ini adalah mahasiswa, dapat membantu memenuhi kebutuhan paling penting untuk dipenuhi oleh mahasiswa itu sendiri sebagai kelompok masyarakat yang sedang melakukan proses menuntut ilmu, yaitu kebutuhan akan pembelajaran. Dengan penggunaan media teknologi ini, kebutuhan akan hal tersebut dapat dibantu untuk dipenuhi sehingga proses pembelajaran yang didapatkan oleh mahasiswa dapat terpenuhi.

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan dalam penelitian ini diperoleh berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisis, dan diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka kesimpulannya Terdapat hubungan positif dan signifikan antara penggunaan ChatGPT dengan pemenuhan kebutuhan pembelajaran (kognitif, afektif, integratif individu, integratif sosial, dan pelepasan) pada mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran. Hubungan antara dua variabel tersebut memiliki nilai kekuatan korelasi yang kuat, yakni sebesar 0,834.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Arsyad, M.A., & Azhar. (2014). *Media Pembelajaran*. Jakarta. Raja Grafindo Persada.
- Baidoo-Anu, D., & Owusu Ansah, L. (2023). Education in the Era of Generative Artificial Intelligence (AI): Understanding the Potential Benefits of ChatGPT in Promoting Teaching and Learning. [https://www.researchgate.net/publication/369385210\\_Education\\_in\\_the\\_Era\\_of\\_Generative\\_Artificial\\_Intelligence\\_AI\\_Understanding\\_the\\_Potential\\_Benefits\\_of\\_ChatGPT\\_in\\_Promoting\\_Teaching\\_and\\_Learning](https://www.researchgate.net/publication/369385210_Education_in_the_Era_of_Generative_Artificial_Intelligence_AI_Understanding_the_Potential_Benefits_of_ChatGPT_in_Promoting_Teaching_and_Learning)
- Creswell, J. W., & J David Creswell. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications, Inc.
- Duarte, F. (2023, July 13). Number of ChatGPT User (2023). Exploding Topics. <https://explodingtopics.com/blog/chatgpt-users>
- Fraenkel, Jack R. And Wallen, E. Norman (2009). *How to Design and Evaluate Research in Education*. New York. McGraw-Hill Companies

- Kompasiana.com. (2023, March 1). Menggunakan Chat GPT dalam Pembelajaran. KOMPASIANA.  
<https://www.kompasiana.com/assabiq90/63ff379e08a8b53a59138152/menggunakan-chat-gpt-dalam-pembelajaran>
- Metzler, K. (2022, July 12). How ChatGPT Could Transform Higher Education.  
<https://www.socialsciencespace.com/2022/12/how-chatgpt-could-transform-higher-education/>
- Minasny, B., Fiantis, D., & Widyatmanti, W. (2023, March 29). Penggunaan ChatGPT tak perlu dilarang: layanan AI bisa mendukung riset dan pendidikan. The Conversation.  
<https://theconversation.com/penggunaan-chatgpt-tak-perlu-dilarang-layanan-ai-bisa-mendukung-riset-dan-pendidikan-201686>
- Morissan, M.A, Andy Corry dan Farid Hamid. (2010). Teori Komunikasi Massa. Bogor: Ghalia Indonesia
- Nugraha, Y., Masnita, Y., & Kurniawati, K. (2022). Peran Responsiveness Chatbot Artificial Intelligence Dalam Membentuk Customer Satisfaction. JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS SRIWIJAYA, 20(3), 143–158.  
<https://doi.org/10.29259/jmbs.v20i3.18528>
- OpenAI. (2022, November 30). Introducing ChatGPT. OpenAI; OpenAI.  
<https://openai.com/blog/chatgpt>
- Populix. (2023). Populix | Platform Survei Online Berbayar dan Analisis Riset Pasar. Populix.  
<https://info.populix.co/product/consumer-trend-report/download?report=2023-06-the-future-of-work#>
- Rudolph, J., Tan, S., & Tan, S. (2023). ChatGPT: Bullshit spewer or the end of traditional assessments in higher education? Journal of Applied Learning & Teaching, 6(1).  
<https://doi.org/10.37074/jalt.2023.6.1.9>
- Russel, S., & Norvig, P. (2020). Artificial intelligence: a Modern approach. (4th ed.). Prentice Hall.
- Schäfer, M. S. (2023). The Notorious GPT: science communication in the age of artificial intelligence JCOM 22(02), Y02. <https://doi.org/10.22323/2.22020402>
- 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>
- Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabet.
- Susnjak, T. (2022). ChatGPT: The End of Online Exam Integrity?  
<http://arxiv.org/abs/2212.09292>
- Vinney, C. (2019, April 19). What is uses and gratifications theory? Definition and examples. ThoughtCo. <https://www.thoughtco.com/uses-and-gratifications-theory-4628333>

Wesche, J. (2023). auf LinkedIn: #chatgpt #openai. LinkedIn. Retrieved from [https://www.linkedin.com/posts/juliuswesche\\_chatgpt-openai-activity-7016341359661879296-ROCy](https://www.linkedin.com/posts/juliuswesche_chatgpt-openai-activity-7016341359661879296-ROCy)

Whiting, Anita & Williams, David. (2013). Why people uses social media: A uses and gratifications approach. Qualitative Market Research. 16. 10.1108/QMR-06-2013-0041.