

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Kecerdasan Buatan *AI (Artificial Intelligence)* kini telah menjadi bagian yang penting dalam kehidupan masyarakat modern. Teknologi ini memiliki beragam penerapan yang meluas ke berbagai sektor, termasuk industri, bisnis, pelayanan kesehatan, pemerintahan, serta sektor-sektor lainnya. Salah satu bentuk penerapan *AI* yang menonjol dilakukan oleh perusahaan OpenAI.com yakni ChatGPT, suatu model bahasa berbasis jaringan tiruan atau NLP yang mampu menghasilkan teks dengan struktur dan gaya bahasa yang menyerupai komunikasi manusia dalam bentuk *chat* atau media komunikasi yang berinteraksi.

ChatGPT adalah salah satu *Artificial Intelligence* yang diluncurkan oleh OpenAI pada November 2022. ChatGPT berhasil memiliki 1 juta pengguna dalam kurun waktu lima hari (Norsely et al., 2023). Hal tersebut menunjukkan bahwa ChatGPT menjadi daya tarik masyarakat. *Natural Language Processing (NLP)* adalah bidang ilmu dari kecerdasan buatan atau *AI* yang membuat komputer atau mesin mampu memahami, memproses, dan membuat teks menggunakan bahasa manusia (Amien, 2023). Hal ini memungkinkan ChatGPT untuk menafsirkan konteks, nada, dan maksud dengan lebih efektif, sehingga memungkinkan perangkat ini untuk dapat memahami komunikasi, dalam hal ini percakapan baik penggunaannya. Tidak hanya untuk memahami pola susunan kata-kata, *ChatbotGPT* dapat memahami konteks bahkan merespons secara personal. Hal ini pun dapat meningkatkan pengalaman pengguna ChatGPT, dan secara personal dapat membantu manusia memenuhi kebutuhannya (Yoseppin, 2025).

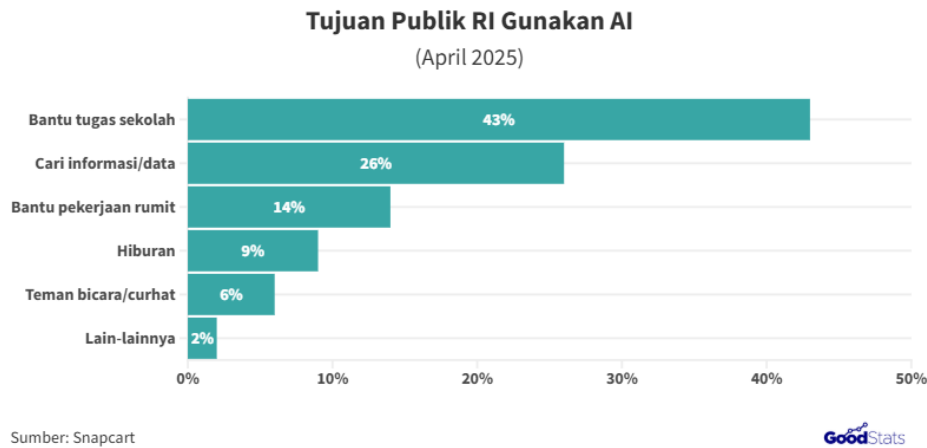
Kegunaan ChatGPT pada awalnya adalah untuk membantu tugas dan pekerjaan manusia sehari-hari, seperti membantu mengerjakan tugas, membantu membuat *coding*, membantu membuat cerita, dan lain sebagainya. Di samping penggunaan ChatGPT untuk membantu tugas sehari-hari, ChatGPT pun digunakan oleh penggunaannya sebagai tempat bercerita seputar masalah-masalah yang dialami oleh pengguna Gen Z (Mutiarra et al., 2024). Penggunaan ChatGPT sebagai

tempat cerita oleh Gen Z menjadi sebuah fenomena baru di masyarakat (Mutiarrrama et al., 2024).

Para pakar Amerika mengelompokkan Generasi Z adalah individu yang lahir pada 1997-2010 (Kristyowati, 2021). Generasi Z, juga dikenal sebagai generasi digital, tumbuh di tengah kemajuan teknologi yang pesat. Sejak usia dini, mereka sudah akrab dengan teknologi (Fitriyadi et al., 2023). Gen Z masa kini hidup dalam era digital, di mana teknologi komunikasi terus berkembang pesat. Generasi ini cenderung menggunakan *smartphone* dan aplikasi pesan instan sebagai media utama dalam berkomunikasi. Kebiasaan tersebut membuat mereka tertarik menjadikan ChatGPT sebagai alternatif komunikasi yang dianggap unik dan modern. Berinteraksi dengan ChatGPT terasa lebih aman dan nyaman bagi mereka, terutama saat ingin menceritakan perasaan atau masalah pribadi, dibandingkan harus berbagi dengan orang lain (Norsely et al., 2023).

Gen Z menghadapi realitas unik, di mana teknologi tidak sekadar alat, melainkan media utama berinteraksi. *Chatbot AI* seperti ChatGPT kini tidak lagi hanya berfungsi sebagai teknologi biasa melainkan telah berkembang menjadi teman cerita yang tersedia 24 jam, mampu memberikan respons yang seolah memahami konteks emosional penggunanya, yang tidak dapat diberikan oleh manusia kepada manusia dalam konteks berkomunikasi secara terus menerus tanpa rasa lelah (Yoseppin, 2025). Bersamaan dengan meningkatnya penggunaan teknologi untuk berkomunikasi oleh manusia, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yoseppin, Dewi dan Purba ditemukan banyak Generasi Z kini beralih ke ChatGPT untuk menjadi teman berbicara, terutama ketika mereka merasa kesulitan untuk berbicara dengan orang lain (Yoseppin, 2025).

**Gambar 1 Data Tujuan Publik RI Gunakan AI (2025)**



Sumber: Survei GoodStats (2025)

Menurut survei yang dipublikasikan oleh GoodStats, sebanyak 43% responden di Indonesia, terutama dari kalangan Generasi Z berusia 13–28 tahun, menyatakan bahwa mereka sering menggunakan teknologi *AI*. Sementara itu, 41% responden lainnya mengaku hanya sesekali menggunakan *AI*, dan 16% sisanya belum pernah memanfaatkan teknologi ini. Data ini menunjukkan bahwa sebagian kecil masyarakat masih belum tersentuh oleh kecerdasan buatan. Di sisi lain, Generasi X tercatat sebagai kelompok dengan persentase tertinggi yang belum pernah menggunakan *AI*, yakni 33%, menegaskan bahwa Gen Z menjadi kelompok yang paling aktif memanfaatkan *AI*, termasuk ChatGPT (Yonatan, 2025).

Survei yang sama juga mengungkapkan bahwa sebagian besar responden menggunakan *AI* untuk kepentingan pekerjaan atau pendidikan, seperti menyelesaikan tugas sekolah atau kuliah (43%), mencari data (26%), dan mengatasi pekerjaan yang kompleks (14%). Di samping itu, 9% responden memanfaatkan *AI* sebagai sarana hiburan, sementara 6% lainnya menggunakannya sebagai teman bicara atau tempat mencurahkan perasaan. Fakta ini menunjukkan bahwa kepercayaan masyarakat terhadap *AI* semakin meningkat. *AI* mulai diposisikan bukan hanya sebagai alat bantu kerja, tetapi juga sebagai teman yang mampu memberikan kenyamanan emosional (Yonatan, 2025).

Fiki Nasyitha, 2026

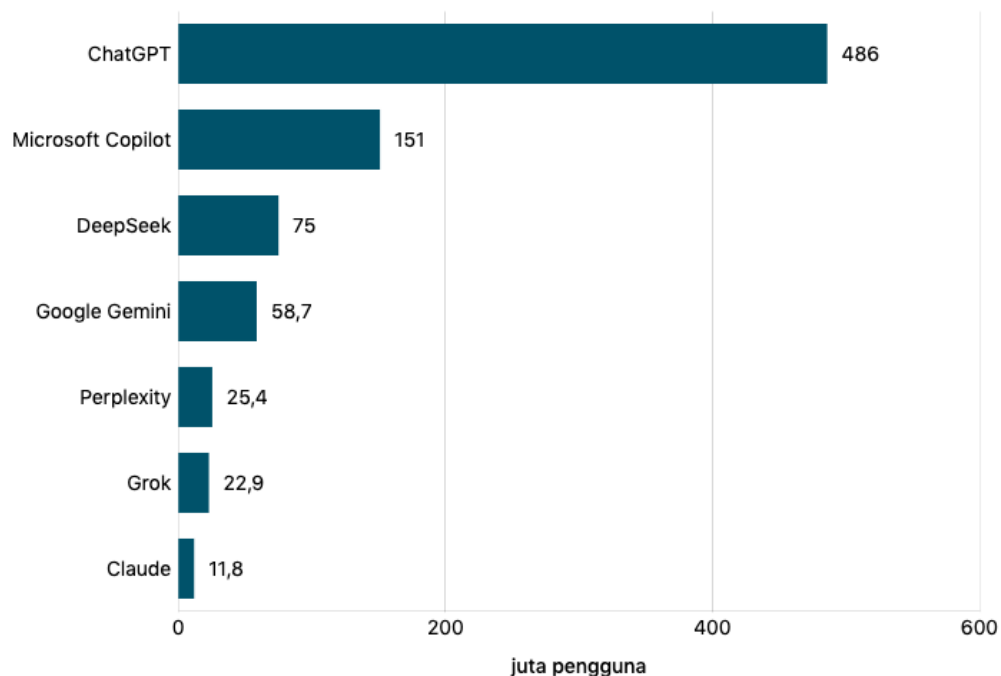
**CHATGPT SEBAGAI TEMAN CERITA: ANALISIS PEMENUHAN EMPATI GEN Z MELALUI USES AND GRATIFICATION**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id)-[www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id)-[www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

Responden yang menggunakan *AI* untuk curhat, sebanyak 58% menyatakan bahwa mereka pernah mempertimbangkan *AI* sebagai pengganti psikolog. Hal ini didasari oleh kemampuan *AI* dalam memberikan tanggapan yang dianggap tepat dan profesional. Ditambah lagi, *AI* mudah diakses dan dapat digunakan secara gratis oleh siapa saja. Lalu sisanya 42% responden yang memandang *AI* hanya sebatas teman untuk mencurahkan isi hati, bukan sebagai pengganti tenaga profesional. Secara keseluruhan, temuan dari survei Snapcart yang dilakukan pada April 2025 terhadap 3.611 responden di seluruh Indonesia ini memperlihatkan bahwa *AI* semakin menyatu dalam kehidupan sehari-hari, baik untuk tujuan profesional maupun dalam aspek emosional dan pribadi (Yonatan, 2025).

**Gambar 2 Data ChatGPT, Aplikasi *AI* dengan Pengguna Terbanyak Global Mei (2025)**



Sumber: Databoks (2025)

Menurut sebuah laporan yang diterbitkan oleh databoks pada tahun 2025, ada sekitar 486 juta orang yang menggunakan aplikasi kecerdasan buatan (*AI*) dalam skala global. Sebagian besar pengguna ini terlibat dengan aplikasi *chatbot*, khususnya sistem *AI* yang mampu memfasilitasi dialog interaktif dengan pengguna.

Fiki Nasyitha, 2026

**CHATGPT SEBAGAI TEMAN CERITA: ANALISIS PEMENUHAN EMPATI GEN Z MELALUI USES AND GRATIFICATION**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi

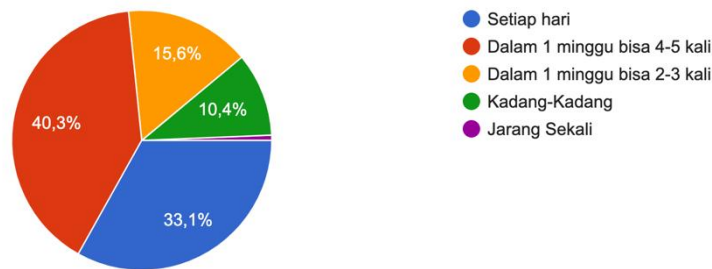
[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id)-[www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id)-[www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

Pada tahun 2023, ChatGPT muncul sebagai aplikasi *chatbot* yang paling banyak diunduh di seluruh dunia dengan total capaian luar biasa hingga 209 juta unduhan.

**Gambar 3 Hasil Pra-survei *Google Form***

Seberapa sering anda menggunakan ChatGPT?

154 jawaban

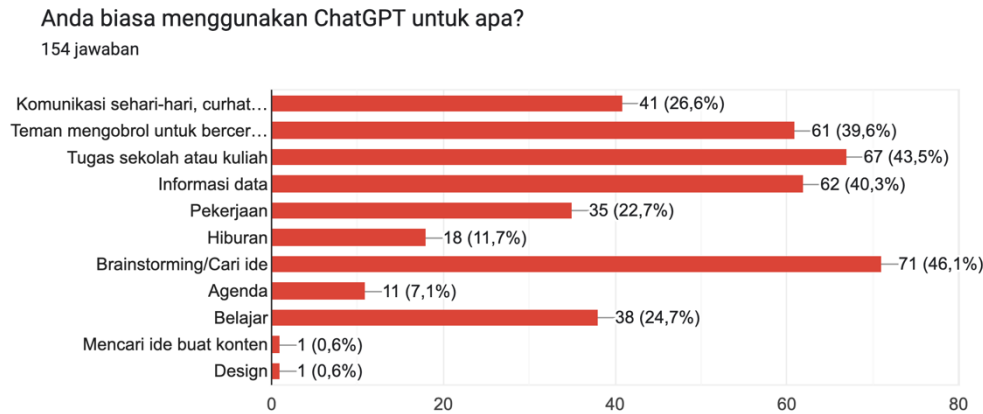


Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

*Pie chart* ini menggambarkan frekuensi penggunaan ChatGPT oleh responden Gen Z. Mayoritas responden (40,3%) menggunakan ChatGPT “Dalam 1 minggu bisa 4-5 kali”. Hal ini diikuti oleh kelompok yang menggunakan ChatGPT “Setiap hari” sebanyak 33,1%. Sebagian kecil responden menggunakan ChatGPT “Dalam 1 minggu bisa 2-3 kali” (15,6%) atau “Kadang-kadang” (10,4%). Hanya 0,6% responden yang menjawab “Jarang Sekali”.

Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan ChatGPT di kalangan Gen Z sudah menjadi bagian dari rutinitas harian atau mingguan bagi sebagian besar responden. Frekuensi “Dalam 1 minggu bisa 4-5 kali” dan “Setiap hari” menandakan bahwa ChatGPT bukan hanya alat sementara, tetapi telah menjadi satu kesatuan dalam aktivitas sehari-hari mereka. Dapat disimpulkan bahwa ChatGPT telah menjadi sarana komunikasi yang akrab bagi Gen Z, bukan sekadar aplikasi yang digunakan sesekali.

**Gambar 4 Hasil Pra-survei *Google Form***



Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

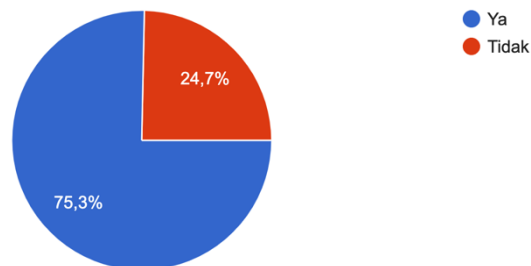
Berdasarkan grafik batang, kegunaan utama ChatGPT oleh responden adalah untuk “*Brainstorming/Cari ide*” (71 jawaban, 46,1%), diikuti oleh “Tugas sekolah atau kuliah” (67 jawaban, 43,5%) lalu “Informasi data” (62 jawaban, 40,3%) dan penggunaan untuk “Temen mengobrol untuk bercerita atau curhat” (61 jawaban, 39,6%). Penggunaan untuk “Komunikasi sehari-hari, curhat seharian abis ngapain aja” mencapai 41 jawaban (26,6%), menempati posisi kelima. Selain itu, banyak juga yang menggunakan ChatGPT untuk “Belajar” (38 jawaban, 24,7%) dan “Pekerjaan” (35 jawaban, 22,7%).

Namun, yang sangat penting untuk diperhatikan adalah tingginya angka penggunaan untuk “Temen mengobrol untuk bercerita atau curhat” yang mencapai 61 jawaban (39,6%) dari responden Gen Z, dan “Komunikasi sehari-hari, curhat seharian abis ngapain aja” dengan lebih dari seperempat responden yaitu 41 jawaban (26,6%) menyebutkannya sebagai kegunaan utama, ini menjadi indikator kuat bahwa ChatGPT telah melampaui perannya sebagai alat bantu tugas. ChatGPT telah menjadi *platform* komunikasi emosional bagi Gen Z, sebuah fenomena yang menjadi fokus penelitian ini. Kombinasi antara kebutuhan intelektual (*brainstorming*, tugas) dan emosional (curhat) menunjukkan bahwa ChatGPT memenuhi kebutuhan dari berbagai sisi penggunaanya.

**Gambar 5 Hasil Pra-survei *Google Form***

Apakah anda adalah Gen Z yang sering merasa cemas?

154 jawaban



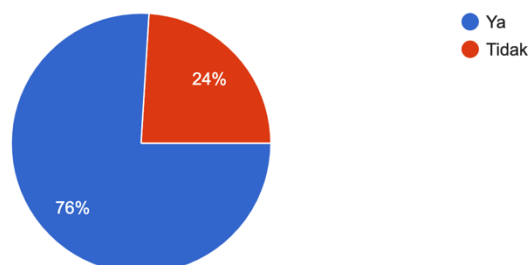
Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Sebanyak 75,3% responden menjawab “Ya”, artinya mereka sering merasa membutuhkan seseorang untuk diajak bicara. Sisanya, 24,7%, menjawab “Tidak”. Tingginya tingkat kecemasan yang dirasakan responden menunjukkan bahwa Gen Z berada dalam kondisi psikologis yang rentan terhadap tekanan emosional. Fenomena ini menjadi relevan dalam konteks penelitian karena kecemasan sering kali mendorong individu untuk mencari ruang aman guna mengekspresikan perasaan dan memperoleh ketenangan emosional terutama dalam situasi di mana dukungan sosial di dunia nyata tidak selalu tersedia atau dirasakan kurang memadai, ChatGPT berpotensi menjadi alternatif media yang memberikan respons cepat, netral, dan dapat diakses kapan saja.

**Gambar 6 Hasil Pra-survei *Google Form***

Apakah anda adalah Gen Z yang sering merasa membutuhkan someone to talk?

154 jawaban



Fiki Nasyitha, 2026

**CHATGPT SEBAGAI TEMAN CERITA: ANALISIS PEMENUHAN EMPATI GEN Z MELALUI USES AND GRATIFICATION**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id)-[www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id)-[www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

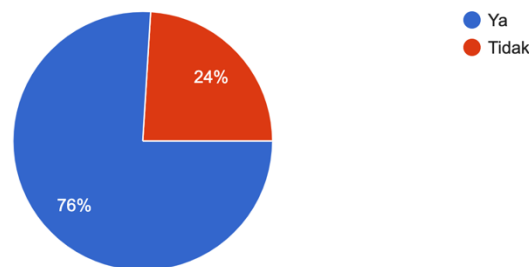
Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Sebanyak 76% responden menjawab “Ya”, artinya mereka sering merasa membutuhkan seseorang untuk diajak bicara. Sisanya, 24%, menjawab “Tidak”. Sebagian besar responden (lebih dari tiga perempat) merasa sering membutuhkan “*someone to talk*”, hal ini menunjukkan bahwa terdapat banyak Gen Z yang memiliki kebutuhan akan interaksi sosial yang cukup tinggi. Fenomena ini penting karena dapat menjadi salah satu pendorong utama mengapa sebagian Gen Z beralih ke ChatGPT. Bagi mereka yang merasa kesulitan menemukan “*someone to talk*” di dunia nyata, ChatGPT memiliki kemungkinan besar untuk menjadi alternatif yang tersedia 24/7 dan tanpa syarat.

**Gambar 7 Hasil Pra-survei Google Form**

Apakah anda adalah Gen Z yang sering merasa bingung jika ingin bercerita harus kemana atau ke siapa?

154 jawaban

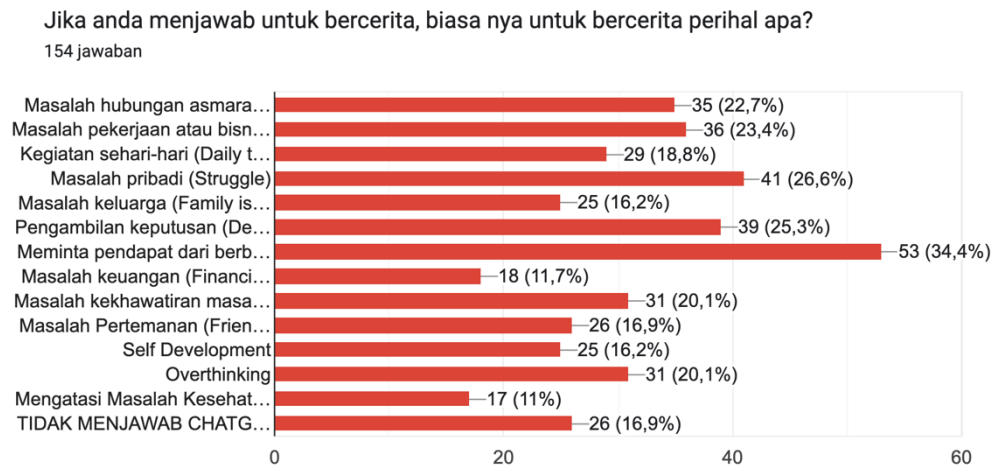


Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Fenomena yang tak kalah penting adalah sebesar 76% responden mengaku sering merasa bingung jika ingin bercerita harus kemana atau ke siapa. Kebingungan ini mencerminkan adanya keterbatasan ruang komunikasi yang dirasakan oleh Gen Z, baik dalam lingkungan keluarga, pertemanan, maupun relasi sosial lainnya. Kondisi tersebut berpotensi membuat Gen Z menahan perasaan atau memilih untuk tidak berbagi cerita secara langsung. Ketersediaan ChatGPT yang bersifat instan dan anonim memungkinkan untuk menjadikannya ruang komunikasi

yang menarik bagi Gen Z yang mengalami kebingungan dalam mencari “tempat bercerita” di dunia nyata.

**Gambar 8 Hasil Pra-survei Google Form**



Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Diagram batang di atas menggambarkan kategori yang paling banyak dipilih adalah “Meminta pendapat dari berbagai sudut pandang” (53 jawaban, 34,4%), “Masalah pribadi (*Struggle*)” juga menjadi topik populer (41 jawaban, 26,6%), disusul oleh “Pengambilan keputusan” (39 jawaban, 25,3%), lalu “Masalah pekerjaan atau bisnis (*Work life*)” (36 jawaban, 23,4%), diikuti oleh “Masalah hubungan asmara” (35 jawaban, 22,7%), lalu “*Overthinking*” (31 jawaban, 20,1%) dan “Masalah kekhawatiran masa depan” (31 jawaban, 20,1%).

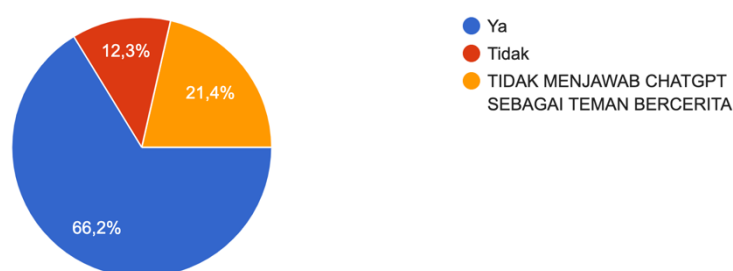
Data ini memberikan gambaran mendalam tentang apa saja tema besar percakapan emosional yang sering terjadi antara Gen Z dan ChatGPT. Fokus utama yang bisa dilihat dari diagram tersebut ada pada masalah internal dan psikologis seperti kecemasan, keraguan diri, dan ketidakpastian. Topik seperti meminta pendapat dari berbagai sudut pandang, masalah pribadi (*struggle*), pengambilan keputusan, masalah hubungan asmara, *overthinking*, dan masalah kekhawatiran masa depan menunjukkan bahwa Gen Z menggunakan ChatGPT sebagai ruang untuk mengurai kekacauan pikiran dan mencari kejelasan. Permintaan “pendapat

dari berbagai sudut pandang” menegaskan bahwa mereka tidak hanya ingin didengarkan, tetapi juga ingin diberi perspektif baru. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi dengan ChatGPT bersifat reflektif dan analitis, bukan sekadar pelampiasan emosi.

**Gambar 9 Hasil Pra-survei *Google Form***

Apakah anda merasa nyaman dan aman ketika bercerita dengan ChatGPT?

154 jawaban



Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Mayoritas responden (66,2%) menjawab “Ya”, mereka merasa nyaman dan aman saat bercerita dengan ChatGPT. Sebaliknya sebanyak 12,3% menjawab “Tidak”. Angka 66,2% yang dimana tertuju pada pilihan merasa nyaman dan aman adalah bukti kuat bahwa ChatGPT bisa memenuhi kebutuhan dasar manusia terutama Gen Z akan rasa aman dalam berbagi. Gen Z merasa bahwa ChatGPT tidak akan menghakimi, tidak akan menyebar rahasia, dan tidak akan membuat mereka merasa malu. Angka 21,4% yang tidak menjawab bisa diartikan sebagai kelompok yang tidak pernah mempertimbangkan ChatGPT sebagai teman curhat, atau mungkin belum pernah mencobanya.

Interpretasi data dan analisis dari hasil pra-survei diatas yang dilakukan peneliti dengan tujuan penguatan empiris atas fenomena penelitian ini, peneliti telah melakukan pra-survei terhadap 154 responden Gen Z (usia 17-28 tahun) di wilayah Jabodetabek melalui kuesioner daring (Google Form) pada Agustus-November 2025. Hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan ChatGPT tidak hanya bersifat fungsional, tetapi juga afektif dan personal. Temuan awal ini menjadi dasar

penting bagi penelitian untuk mengkaji lebih lanjut bagaimana Gen Z memaknai interaksi dengan ChatGPT serta bagaimana penggunaan teknologi tersebut berimplikasi pada pemenuhan kebutuhan empati, khususnya dalam perspektif *Uses and Gratifications* dan *Human-Machine Communication* (HMC).

Bercerita umumnya dilakukan dalam konteks interaksi manusia dengan sesamanya, tetapi kini *Chatbot AI* menjadi pilihan lain yang menarik, terutama bagi individu yang merasa kurang nyaman atau kesulitan untuk berbicara dengan orang lain, baik karena alasan pribadi, budaya, atau bahkan kecemasan sosial (Yoseppin, 2025). Pada konteks komunikasi yang berhubungan dengan emosional, penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa individu dapat merasa lebih nyaman berbicara tentang masalah pribadi dengan *Chatbot AI* karena mereka tidak perlu khawatir akan mengecewakan atau membebani orang lain (Yoseppin, 2025). Salah satu penelitian menemukan bahwa individu yang merasa terisolasi atau mengalami kecemasan sosial cenderung akan memilih untuk berkomunikasi dengan *Chatbot AI* karena sifatnya yang anonim dan bebas dari penilaian atau perasaan dihakimi (Yoseppin, 2025). Hal ini sangat relevan mengingat bahwa tekanan sosial sering kali membatasi kebebasan seseorang untuk mengungkapkan masalah pribadi terutama pada Generasi Z.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Brandtzaeg, Følstad, dan Skjuve dengan judul “*Emerging AI individualism: how young people integrate social AI into everyday life*” yang di mana ditemukan bahwa sebagian anak muda mulai menggunakan AI seperti ChatGPT ke dalam kehidupan sehari-hari mereka, terutama untuk keperluan interaksi personal, dukungan emosional, dan pencarian nasihat. Penggunaan ini menandai pergeseran cara mereka membangun hubungan sosial dan mengakses dukungan sosial (Brandtzaeg et al., 2025). Studi ini mengungkap kekhawatiran terhadap ketergantungan berlebih, melemahnya dukungan dari teman sebaya, serta kemungkinan tergantikannya relasi dan empati yang seharusnya mereka dapatkan dan butuhkan dari manusia nyata, khususnya hubungan sosial yang bersifat ringan seperti teman curhat. Studi ini memberikan wawasan awal dan juga acuan untuk penelitian selanjutnya yang akan dilakukan oleh peneliti mengenai pergeseran relasi sosial yang dimediasi AI serta menyoroti

risiko ketergantungan emosional dan melemahnya dukungan atau empati dari sesama manusia pada kalangan Generasi Z.

Empati merupakan kemampuan untuk memahami dan merasakan apa yang dirasakan orang lain. Dalam konteks psikologis dan sosial, empati berperan penting dalam menciptakan hubungan yang sehat, meningkatkan kesejahteraan emosional, serta membangun kepercayaan dan keterikatan antarindividu. Bagi Generasi Z, kebutuhan akan empati menjadi semakin krusial. Generasi Z tumbuh dalam era digital yang serba cepat, kompetitif, dan penuh tekanan sosial. Meskipun mereka sangat terhubung secara digital, banyak dari mereka justru mengalami isolasi emosional dan minim interaksi yang benar-benar bermakna (Skjuve et al., 2024).

Kemampuan berempati yaitu kemampuan untuk mengetahui bagaimana perasaan orang lain ikut berperan dalam pergulatan dalam arena kehidupan, mulai dari penjualan dan manajemen hingga ke asmara dan mendidik anak, dari belas kasih hingga tindakan politik. Tiadanya empati juga sangat nyata, ketiadaannya terlihat pada psikopat kriminal, pemerkosa, dan pemerkosa anak-anak (Goleman, n.d., 1997).

Inti dari kesadaran emosional seseorang adalah empati. Empati menurutnya adalah kemampuan untuk memikirkan dan merasakan tanpa orang lain mengatakannya sekalipun. Kita bisa mengungkapkannya kembali dengan intonasi suara, ekspresi wajah, bahasa tubuh maupun bahasa nonverbal lainnya. Ada tiga jenis empati menurut Goleman yaitu *cognitif empathy*, *emotional empathy* dan *empathic concern*. Tiga jenis empati inilah yang akan menjadi dasar bagi penelitian ini. (Goleman, n.d., 1997)

ChatGPT dengan berbagai fungsi dan fenomena yang telah dipaparkan di atas menunjukkan banyaknya manfaat yang diberikan ChatGPT dalam memenuhi kebutuhan manusia. Meskipun demikian, intensitas interaksi manusia dengan ChatGPT ini menimbulkan beberapa pertanyaan yang kemudian menjadi penting untuk diteliti lebih lanjut. Khususnya apakah komunikasi dengan *chatbot* seperti ChatGPT dapat memenuhi kebutuhan emosional gen Z, terutama kebutuhan akan empati? Apakah kehadiran teman cerita berbasis AI ini dapat menggantikan atau mengurangi kebutuhan untuk berinteraksi dengan manusia lain, terutama dalam hal validasi emosi dan perasaan?

Hal ini menimbulkan kekhawatiran akan ketergantungan manusia yang berlebihan pada *chatbot AI* hingga dapat membuat manusia kehilangan kemampuan dasar untuk berinteraksi dengan sesama secara empatik dan penuh makna. Ketergantungan pada teknologi komunikasi, termasuk ChatGPT, dapat mengurangi empati dan kemampuan manusia untuk menjalin hubungan emosional yang mendalam. Berdasarkan hal-hal tersebut menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut terkait penggunaan ChatGPT sebagai teman cerita di kalangan Gen Z terhadap kebutuhan empati manusia.

Peneliti menggunakan Teori *Uses and Gratification* yang dikembangkan oleh Blumler dan Katz (1974) untuk menganalisis fenomena ini. Teori ini berangkat dari asumsi bahwa pengguna ChatGPT bersifat aktif dan secara sadar memilih ChatGPT untuk memenuhi kebutuhan atau keinginannya, baik kebutuhan kognitif, afektif, integratif personal, integratif sosial, maupun pelarian. Di mana dalam konteks ini, Gen Z memanfaatkan ChatGPT bukan hanya untuk kebutuhan informatif, melainkan juga sebagai media untuk mendapatkan dukungan emosional dan empati.

Pemilihan teori ini dianggap relevan karena dapat menjelaskan alasan Gen Z menggunakan ChatGPT, serta jenis kebutuhan apa yang mereka coba penuhi melalui interaksi tersebut. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada upaya mendalami pola penggunaan ChatGPT oleh Gen Z serta bentuk-bentuk kebutuhan empati (afektif maupun kognitif) yang mereka rasakan terpenuhi, dengan menggunakan perspektif *Uses and Gratification*. Hal ini menjadi penting karena penelitian terdahulu masih lebih banyak menyoroti aspek emosional secara umum atau konsekuensi sosialnya, sementara penelitian ini menekankan pada hubungan langsung antara pola penggunaan dan pemenuhan empati Gen Z dalam konteks komunikasi manusia dengan mesin. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi baru terhadap kajian *Human-Machine Communication*, khususnya mengenai peran ChatGPT sebagai “teman cerita” bagi Generasi Z.

Penelitian ini tidak hanya menyoroti penggunaan teknologi dari sisi fungsional, tetapi juga mengangkat dimensi emosional yang belum banyak dikaji. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji lebih lanjut bagaimana ChatGPT berperan

dalam membantu Gen Z dalam memenuhi kebutuhan empatinya, serta sejauh mana media berbasis *AI* ini dapat menggantikan atau melengkapi peran manusia dalam interaksi emosional sehari-hari.

## **I.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. **Bagaimana pola penggunaan ChatGPT oleh Gen Z sebagai media pemenuhan kebutuhan empati?**
2. **Apa saja bentuk kebutuhan empati yang dirasakan Gen Z terpenuhi melalui interaksi dengan ChatGPT?**

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. **Untuk mengetahui bagaimana pola penggunaan ChatGPT oleh Gen Z sebagai media pemenuhan kebutuhan empati.**
2. **Untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk kebutuhan empati yang dirasakan Gen Z terpenuhi melalui interaksi dengan ChatGPT.**

## **I.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dilakukan, penelitian ini diharapkan memiliki manfaat akademik dan manfaat praktis. Berikut adalah uraian dari kedua manfaat tersebut:

### **I.4.1 Manfaat Akademik**

1. Penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pemahaman mengenai pola penggunaan ChatGPT oleh Gen Z sebagai media pemenuhan kebutuhan emosional, khususnya dalam konteks empati, melalui pendekatan teori *Uses and Gratification*.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap literatur yang berkaitan dengan komunikasi berbasis *AI* untuk melengkapi pengetahuan maupun pemahaman yang sudah ada.

3. Penelitian ini diharapkan memperkaya kajian dalam pengembangan bidang Ilmu Komunikasi, khususnya dalam topik komunikasi berbasis *AI*.
4. Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi penting untuk penelitian selanjutnya mengenai interaksi manusia dengan teknologi komunikasi khususnya dalam aplikasi ChatGPT.

#### **I.4.2 Manfaat Praktis**

1. **Bagi Peneliti**  
Penelitian ini dapat menjadi sarana untuk mengaplikasikan teori komunikasi khususnya teori *Uses and Gratification* dalam konteks dunia nyata, serta menambah wawasan dan pengalaman dalam riset kualitatif.
2. **Bagi Narasumber dan Gen Z Pengguna ChatGPT**  
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi cerminan terhadap pengalaman personal mereka dalam menggunakan ChatGPT sebagai teman cerita. Dengan harapan dapat membantu narasumber memahami pengalaman mereka sendiri terkait penggunaan ChatGPT sebagai teman cerita, serta dampaknya terhadap kebutuhan empati.
3. **Bagi Pembaca**  
Penelitian ini diharapkan dapat membuka wawasan mengenai bagaimana generasi muda, khususnya Gen Z, memaknai keberadaan ChatGPT sebagai teman cerita, serta memberikan pemahaman baru tentang bagaimana teknologi *AI*, khususnya ChatGPT dalam memenuhi kebutuhan empati manusia.
4. **Bagi Pengembang ChatGPT (OpenAI)**  
Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan penting dalam bagaimana pengguna merasakan manfaat atau keterbatasan ChatGPT dalam memenuhi kebutuhan empati dan dukungan emosional.

5. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi awal dalam mengembangkan studi lanjutan mengenai hubungan antara manusia dan *AI*, khususnya dari perspektif komunikasi. Penelitian ini juga memperkaya implementasi teori *Uses and Gratification* dalam konteks teknologi interaktif.

## **I.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan pada penelitian ini merujuk pada buku digital *Pedoman Tugas Akhir Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik 2025*. Berdasarkan pedoman buku tersebut, maka sistematika penulisan penelitian ini dirumuskan dalam beberapa bab, yakni sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi latar belakang masalah yang diteliti, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Berisi penelitian terdahulu, konsep dan teori penelitian, serta kerangka pemikiran yang digunakan untuk mengkaji dan menganalisis dalam penelitian ini.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini berisi metode penelitian yang digunakan untuk penelitian. Di antaranya yaitu, objek penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan data, sumber data, teknik analisis data dan jadwal penelitian.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan mengenai hasil temuan dari penelitian yang dilakukan dan dianalisis menggunakan konsep-konsep yang digunakan oleh peneliti sehingga memberikan jawaban dari rumusan masalah penelitian.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan mengenai simpulan yang berasal dari hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti serta saran dari peneliti untuk penelitian-penelitian berikutnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Daftar pustaka memuat referensi-referensi yang digunakan pada penelitian ini yang membantu dalam penyusunan skripsi.

## **LAMPIRAN**

Berisikan data-data dan keperluan yang mendukung dalam penelitian ini.