

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI *ARTIFICIAL INTELLIGENCE*
(AI) CHATGPT-5 VERSI GRATIS TERHADAP KEPUASAN
PENGGUNA
(Studi pada Mahasiswa S1 FISIP Universitas Lampung)**

(Skripsi)

Oleh

**MUHAMMAD FERDY MAULID
2216031132**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS INFORMASI *ARTIFICIAL INTELLIGENCE* (AI) CHATGPT-5 VERSI GRATIS TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA (Studi pada Mahasiswa S1 FISIP Universitas Lampung)

Oleh

Muhammad Ferdy Maulid

Perkembangan teknologi AI mendorong meningkatnya penggunaan ChatGPT sebagai alat bantu akademik oleh mahasiswa, termasuk mahasiswa S1 FISIP Universitas Lampung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas informasi ChatGPT-5 versi gratis terhadap kepuasan pengguna. Latar belakang penelitian ini berangkat dari meningkatnya penggunaan ChatGPT-5 versi gratis sebagai alat bantu akademik oleh mahasiswa, sehingga menimbulkan ketergantungan penggunaan, terlebih versi gratis masih mengalami *artificial hallucinations*. Oleh karena itu, perlu dikaji pengaruh kualitas informasi ChatGPT-5 versi gratis terhadap kepuasan penggunanya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif melalui penyebaran kuesioner kepada 98 mahasiswa S1 FISIP Unila. Kualitas informasi diukur berdasarkan *relevancy*, *accurate*, *timeliness*, dan *reliable*, sedangkan kepuasan pengguna diukur melalui dimensi *cognitive*, *affection*, dan *social* menggunakan teori *Uses and Gratifications* (UGT). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas informasi ChatGPT-5 versi gratis berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, dibuktikan dengan nilai t hitung $(24,147) > t$ tabel $(1,660)$ serta $\text{Sig.} < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Nilai R^2 sebesar 85,9% menunjukkan bahwa kepuasan pengguna dipengaruhi oleh kualitas informasi ChatGPT, sedangkan 14,1% lainnya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Temuan ini menegaskan bahwa semakin baik kualitas informasi yang dihasilkan ChatGPT-5 versi gratis, semakin tinggi tingkat kepuasan mahasiswa. Selaras dengan konsep *user satisfaction* dalam model DeLone & McLean, hasil penelitian ini juga memperkuat bahwa kepuasan pengguna yang diukur melalui *uses and gratifications* terbentuk secara langsung dari kualitas informasi yang dirasakan.

Kata kunci: ChatGPT-5 versi gratis, kualitas informasi, model DeLone & McLean kepuasan pengguna, *Uses and Gratifications*, mahasiswa

ABSTRACT

The Influence of Artificial Intelligence (AI) ChatGPT-5 Free Version Information Quality on User Satisfaction (A Study of S1 FISIP Students at the University of Lampung)

By

Muhammad Ferdy Maulid

The development of AI technology has driven the increasing use of ChatGPT as an academic assistance tool among students, including undergraduate students of FISIP, University of Lampung. This study aims to examine the effect of information quality of the free version of ChatGPT-5 on user satisfaction. The background of this research stems from the rising use of the free version of ChatGPT-5 as an academic aid by students, leading to dependency, especially since the free version still experiences artificial hallucinations. Therefore, it is necessary to analyze the effect of information quality of the free version of ChatGPT-5 on user satisfaction. This study employs a quantitative approach with a descriptive method through the distribution of questionnaires to 98 undergraduate students of FISIP Unila. Information quality is measured based on relevance, accuracy, timeliness, and reliability, while user satisfaction is measured through the dimensions of cognitive, affection, and social using the Uses and Gratifications (UGT) theory. The results show that the information quality of the free version of ChatGPT-5 has a significant effect on user satisfaction, as evidenced by the t -value (24.147) > t -table (1.660) and Sig. < 0.05, thus H_0 is rejected and H_1 is accepted. The R^2 value of 85.9% indicates that user satisfaction is influenced by the information quality of ChatGPT, while the remaining 14.1% is influenced by other factors outside this study. These findings confirm that the better the information quality produced by the free version of ChatGPT-5, the higher the level of student satisfaction. In line with the concept of user satisfaction in the DeLone & McLean model, the results of this study also reinforce that user satisfaction measured through Uses and Gratifications is formed directly from the perceived information quality.

Keywords: *ChatGPT-5 free version, information quality, model DeLone & McLean user satisfaction, Uses and Gratifications, students*

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI *ARTIFICIAL INTELLIGENCE*
(AI) CHATGPT-5 VERSI GRATIS TERHADAP KEPUASAN
PENGGUNA
(Studi pada S1 Mahasiswa FISIP Universitas Lampung)**

Oleh :

MUHAMMAD FERDY MAULID

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS INFORMASI
ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI)
CHATGPT-5 VERSI GRATIS TERHADAP
KEPUASAN PENGGUNA (STUDI PADA
MAHASISWA S1 FISIP UNIVERSITAS
LAMPUNG)**

Nama Mahasiswa : *Muhammad Ferdy Maulid*

Nomor Pokok Mahasiswa : 2216031132

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



1. Komisi Pembimbing

Hestini Oktiani
Hestini Oktiani, S.Sos., M.Si.
NIP. 197810282001122001

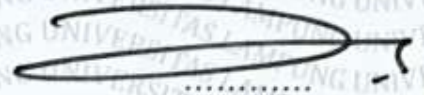
2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Agung Wibawa
Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si.
NIP. 198109262009121004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Hestini Oktiani, S.Sos., M.Si.



Penguji Utama : Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si.



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si.

NIP. 197608212000032001

Tanggal lulus ujian skripsi: 21 April 2026

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Ferdy Maulid
NPM : 2216031132
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat : Jl. Ratu Dibalau, Tanjung Senang, Perumahan Citra Bumi
Permai, Blok B12a, Bandar Lampung, Lampung
No. Handphone : 085838221846

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Informasi *Artificial Intelligence* (AI) ChatGPT-5 Versi Gratis Terhadap Kepuasan Pengguna (Studi Pada Mahasiswa S1 FISIP Universitas Lampung)”** adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) atau pun dibuat oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, Mei 2026
Yang membuat pernyataan,



Muhammad Ferdy Maulid
NPM 2216031132

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Muhammad Ferdy Maulid yang lahir di kota Bandar Lampung pada tanggal 03 Mei 2004. Penulis merupakan anak terakhir dari tiga bersaudara dan dari pasangan Bapak Rudi Abdullah dan Ibu Syelfina Octriani. Pendidikan formal yang sudah dilalui oleh penulis berawal dari Taman Kanak-Kanak (TK) Taruna Jaya, kemudian melanjutkan Pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 02 Perumnas Way Halim, Kota Bandar Lampung. Lalu melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 04 Bandar Lampung dan melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 15 Bandar Lampung. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi negeri di Provinsi Lampung, yaitu Universitas Lampung melalui jalur SBMPTN dengan mengambil jurusan Ilmu Komunikasi yang berada di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif di organisasi internal kampus. Dalam organisasi internal, penulis mengikuti Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ilmu Komunikasi sebagai anggota Research and Development dari tahun 2023-2024, penulis juga mengikuti organisasi Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) English Society (Eso) Universitas Lampung dari tahun 2023-2024.

Penulis juga di semester lima mengikuti kegiatan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yaitu Magang di PT PLN (Persero) UP3 Tanjung Karang, Bandar Lampung pada bulan Agustus – Desember 2024. Selanjutnya, di semester enam pada Januari – Februari 2025, penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kampung Bandar Sakti, Kecamatan Terusan Nunyai, Kabupaten Lampung Tengah selama 40 hari. Pada semester tujuh peneliti kembali mengikuti magang Kementerian Keuangan di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Bandar Lampung dari September – Oktober 2025.

MOTTO

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمْ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمْ الْعُسْرَ

“Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesulitan bagimu.”

(QS. Al-Baqarah: 185)

“Aku membahayakan nyawa ibuku untuk terlahir ke dunia dan aku menjadi alasan lelahnya ayahku setiap hari. Jadi, tidak mungkin aku tidak ada artinya.”

(Penulis)

“Jangan takut pada kegagalan, tetapi takutlah pada ketidakberanian untuk mencoba.”

(Sakata Gintoki, Gintama)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim. Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan ketulusan hati, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

Papa Rudi Abdullah dan Mama Syelfina Octriani

Terima kasih atas kasih sayang selama ini, doa yang tidak pernah putus, dan pengorbanan yang sering kali tidak terlihat. Segala proses, tantangan, dan pencapaian yang dilalui penulis tidak terlepas dari dukungan Papa dan Mama. Penulis juga senantiasa memanjatkan doa agar Papa dan Mama selalu diberikan kesehatan, umur yang panjang, kebahagiaan, serta balasan kebaikan yang berlipat atas seluruh cinta, kesabaran, dan keikhlasan yang telah dicurahkan. Semoga segala jerih payah dan doa yang telah diberikan kepada penulis menjadi amal yang bernilai dan mendapatkan keberkahan.

Anjeng Fadel dan Iyay Farhan

Penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua kakak atas dukungan, perhatian, serta motivasi yang senantiasa diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Dukungan tersebut menjadi salah satu sumber semangat bagi penulis dalam menyelesaikan studi. Semoga segala kebaikan dan doa yang telah diberikan mendapatkan balasan yang terbaik.

SANWACANA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT., atas limpahan karunia, berkat, dan kasih sayang-Nya, sehingga penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Informasi *Artificial Intelligence* (AI) ChatGPT-5 Versi Gratis terhadap Kepuasan Pengguna (Studi pada Mahasiswa S1 FISIP Universitas Lampung)”** ini dapat terselesaikan dengan baik. Shalawat beserta salam tak lupa senantiasa dijunjung tinggi kepada pemimpin kita, baginda Nabi Muhammad SAW., beserta keluarga, sahabat, dan umatnya. *Aamiin yaa Rabbal ‘Alamiin.*

Penulis menyadari bahwa pada proses perkuliahan dan penulisan skripsi ini mengalami banyak hambatan dan berbagai kesalahan, namun atas bantuan, bimbingan, dan kerja sama dari berbagai pihak dan tentunya izin Allah SWT, sehingga permasalahan tersebut bisa diselesaikan. Untuk itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M., Asean Eng., selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Ibu Prof. Dr. Anna Gustina Zaenal, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung
3. Bapak Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung sekaligus dosen penguji skripsi, atas segala arahan, masukan, ilmu, dan kasih sayang yang telah diberikan selama masa perkuliahan penulis, membantu penulis untuk menyempurnakan skripsi yang penulis kerjakan, serta mengajarkan penulis untuk senantiasa bahagia dan bertanggung jawab dalam menjalani segala hal.
4. Bapak Ahmad Rudy Fardiyana S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.

5. Ibu Hestin Oktiani, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah senantiasa memberikan waktu, arahan, ilmu, dan bimbingan yang tiada hentinya sehingga penulis bisa mencapai di titik akhir perkuliahan serta dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen, staf administrasi, dan karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, terima kasih untuk segala dukungan dan bantuan selama proses perkuliahan.
7. Kedua orang tua penulis, Papa Rudi Abdullah dan Mama Syelfina Octriani. Terima kasih atas segala dukungan, doa, kasih sayang yang tiada hentinya sehingga penulis bisa mencapai titik ini, terima kasih atas perjuangan dan kerja keras serta kepercayaan yang telah diberikan kepada penulis.
8. Untuk kedua kakakku, Anjeng Muhammad Fadel Ramadhan dan Iyay Muhammad Farhan Agustino, terima kasih atas seluruh dukungan dan bantuan yang kalian berikan sepanjang hidup penulis. Terima kasih telah membuat kehidupan penulis menjadi lebih berwarna. Rumah kita akan selalu menarik jika kita semua berkumpul bersama. Semoga kita bertiga mampu sukses dunia dan akhirat membanggakan Papa dan Mama.
9. Untuk penghuni “Kos *Green Screen*”, Ardan, Ridho, Rheyra, dan Wildan. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, serta cerita yang telah dibagi sejak awal perkuliahan hingga proses penyelesaian studi. Kebersamaan dalam suka maupun duka, menjadi bagian penting dalam hidup penulis. Semoga persahabatan ini tetap terjaga, dan penulis mendoakan agar kalian selalu diberikan kesehatan, kelancaran dalam setiap langkah ke depan, kesuksesan dalam meraih cita-cita, serta kebahagiaan dalam kehidupan masing-masing.
10. Kepada teman-teman penulis, Kevin, Egi, Japir, dan Uci, penulis mengucapkan terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang telah diberikan selama masa perkuliahan. Semoga persahabatan ini senantiasa terjaga, serta masing-masing diberikan kelancaran, kesuksesan, dan kebahagiaan dalam menempuh langkah ke depan.
11. Kepada teman-teman Ilmu Komunikasi Angkatan 22 Anak bimbingan bu Hestin, terima kasih banyak atas dukungan dan kebersamaanya selama

mengerjakan skripsi dan menunggu antrean bimbingan, penulis berharap semoga selalu diberikan kelancaran proses skripsinya.

12. Kepada teman-teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2022, terima kasih atas kebersamaan dan dukungan selama masa perkuliahan.
13. Untuk teman teman KKN Bandar Sakti 2025, Deo, Rafli, Yoland, Rihha, Intan, dan Tika, terima kasih atas kerja sama, kebersamaan, dan pengalaman berharga selama pelaksanaan KKN. Semoga kebersamaan tersebut menjadi kenangan baik.
14. Kepada teman-teman magang di A-radio, Humas PLN, dan Humas Kemenkeu, penulis mengucapkan terima kasih atas kerja sama, dukungan, serta pengalaman berharga yang telah diberikan selama masa magang. Semoga ilmu dan kebersamaan yang terjalin membawa manfaat di masa mendatang.
15. Kepada seluruh responden, penulis mengucapkan terima kasih atas kesediaan waktu, partisipasi, dan informasi yang telah diberikan sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik. Semoga segala kebaikan mendapatkan balasan yang terbaik.
16. *Last but not least, I want to thank me for believing in me, I want to thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for always being a giver and trying to give more than I receive. I wanna thank me for trying to do more right than wrong. I wanna thank me for being me at all times.*

Bandar Lampung, Mei 2026

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	XIII
DAFTAR GAMBAR	XV
DAFTAR TABEL	XVI
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Kerangka Pikir	9
1.6 Hipotesis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Pengertian <i>Artificial Intelligence</i> (AI)	17
2.2.1 <i>Machine Learning</i>	19
2.2.2 <i>Deep Learning</i>	20
2.2.3 <i>Natural Language Processing</i> (NLP)	20
2.2.4 <i>Computer Vision</i>	21
2.3 <i>Chat Generative Pre-Trained Transformer</i> (ChatGPT)	21
2.4 Model DeLone dan McLean (2003)	25
2.4.1 <i>Relevancy</i> (relevan)	27
2.4.2 <i>Accurate</i> (akurat)	27
2.4.3 <i>Timeliness</i> (tepat waktu)	28
2.4.4 <i>Reliable</i> (dapat dipercaya)	28
2.4.5 <i>User Satisfaction</i> Model DeLone & McLean (2003)	28
2.5 Teori <i>Uses and Gratifications</i>	29
2.5.1 Kepuasan Kognitif	32
2.5.2 Kepuasan Afeksi	32
2.5.3 Kepuasan Sosial	33
2.6 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung (FISIP)	33
2.6.1 Pengertian Mahasiswa	35
2.6.2 Karakteristik Mahasiswa	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Jenis Penelitian	39
3.2 Variabel Penelitian	39
3.3 Definisi Konseptual	40
3.4 Definisi Operasional	42

3.5 Populasi dan Sampel	45
3.6 Jenis dan Sumber Data	48
3.7 Teknik Pengumpulan Data	49
3.8 Teknik Pengolahan Data	51
3.9 Teknik Pengujian Instrumen	51
3.10 Teknik Analisis Data	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian	56
4.1.1 Hasil Uji Validitas	56
4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas	57
4.2 Analisis Deskriptif	58
4.2.1 Karakteristik Responden berdasarkan NPM	59
4.2.2 Karakteristik Respoden berdasarkan Jurusan	61
4.3 Hasil Penelitian	62
4.3.1 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Frekuensi dan Durasi Penggunaan ChatGPT-5 Versi Gratis	62
4.3.2 Distribusi Jawaban Responden Variabel X	64
4.3.3 Distribusi Jawaban Responden Variabel Y	71
4.4 Hasil Analisis Data	78
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	78
4.4.2 Hasil Uji Regresi Sederhana	79
4.4.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	80
4.4.4 Hasil Uji Hipotesis	81
4.5 Pembahasan Penelitian	82
4.5.1 Pola Penggunaan dan Kualitas Informasi ChatGPT-5 Versi Gratis	85
4.5.2 Kepuasan Pengguna	91
4.5.3 Pengaruh Kualitas Informasi ChatGPT-5 Versi Gratis terhadap Kepuasan Pengguna	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	102
5.1 Kesimpulan	102
5.2 Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 <i>ChatGPT's Weekly Active Users</i>	3
1.2 <i>86% of Students Already Use AI in Their Studies</i>	3
1.3 Aplikasi AI Paling Banyak Digunakan di Indonesia	4
1.4 Bagan Kerangka Pikir	11
2.1 <i>Updated D&M IS Success Model</i>	26
4.1 Responden berdasarkan NPM.....	59
4.2 Responden berdasarkan Jurusan	61

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	13
3.1 Tabel Definisi Operasional.....	42
3.2 Tabel Data Sampel Penelitian Mahasiswa S1 FISIP Unila.....	47
3.3 Tabel Pedoman Pemberian Skor.....	50
4.1 Hasil Uji Validitas.....	56
4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	57
4.3 Tabel Derajat Hubungan.....	57
4.4 Tabel Instrumen 4.....	62
4.5 Tabel Instrumen 5.....	63
4.6 Tabel Instrumen 6.....	65
4.7 Tabel Instrumen 7.....	65
4.8 Tabel Instrumen 8.....	66
4.9 Tabel Instrumen 9.....	67
4.10 Tabel Instrumen 10.....	67
4.11 Tabel Instrumen 11.....	68
4.12 Tabel Instrumen 12.....	69
4.13 Tabel Instrumen 13.....	70
4.14 Tabel Instrumen 14.....	70
4.15 Tabel Instrumen 15.....	72
4.16 Tabel Instrumen 16.....	72
4.17 Tabel Instrumen 17.....	73
4.18 Tabel Instrumen 18.....	74
4.19 Tabel Instrumen 19.....	75
4.20 Tabel Instrumen 20.....	75
4.21 Tabel Instrumen 21.....	76
4.22 Tabel Instrumen 22.....	77
4.23 Tabel Hasil Uji Normalitas.....	78
4.24 Tabel Hasil Uji Regersi Linier Sederhana.....	79
4.25 Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	80
4.26 Tabel Hasil Uji Hipotesis.....	81
4.27 Tabel Rekapitulasi Sebaran Kuesioner.....	83
4.28 Tabel Rekapitulasi Hasil Uji Klasik.....	83
4.29 Tabel Kategori Presentase Nilai Variabel.....	84

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era digitalisasi saat ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam berbagai aspek telah berkembang sangat pesat sehingga dapat menggiring manusia untuk memasuki zaman yang serba digital. Era digitalisasi ini menciptakan inovasi-inovasi terbaru yang dapat mempermudah kehidupan manusia di berbagai bidang serta menciptakan berbagai jenis platform digital yang dapat dijadikan sebagai sumber informasi dan referensi akademik. Sebagaimana pernyataan di atas, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin berkembang tidak hanya memengaruhi cara manusia berinteraksi, melainkan juga cara kita belajar dan memperoleh ilmu pengetahuan (Tamimi & Munawaroh, 2024: 67).

Teknologi informasi dan komunikasi ini telah menjadi aspek penting dalam kehidupan manusia saat ini. Perkembangan ini telah membuat banyak pekerjaan yang sebelumnya memakan banyak waktu bergeser menjadi lebih cepat dan efisien. Banyak teknologi terus berkembang menuju arah yang lebih baik atau otomatisasi. Ditambah dengan sifat manusia modern itu sendiri yang menghendaki keinginannya dapat terwujud secara simpel dan pragmatis, terlebih lagi jika hal tersebut dapat terwujud dengan lebih efektif (Tamimi & Munawaroh, 2024: 68).

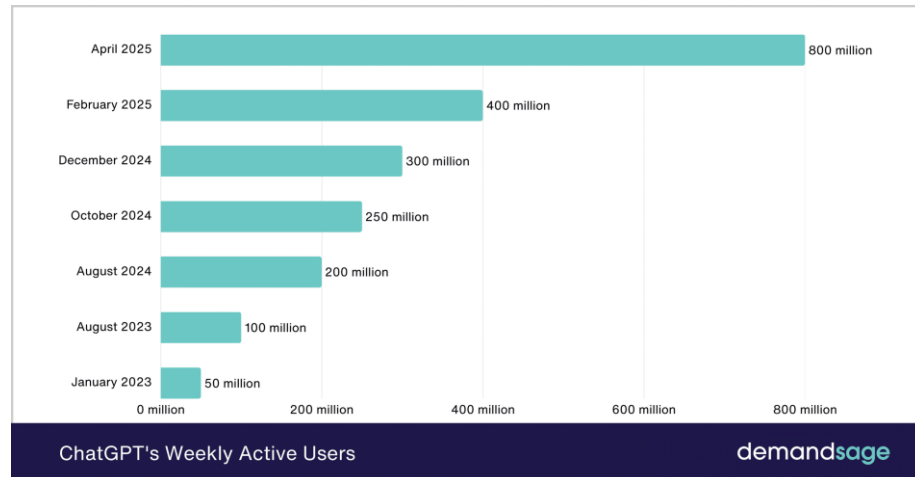
Salah satu produk dari perkembangan teknologi saat ini ialah kecerdasan buatan atau *artificial intelligence* (AI). Pada dasarnya AI dapat diartikan sebagai kemampuan suatu sistem komputer atau mesin untuk melakukan tugas-tugas yang biasanya memerlukan kecerdasan manusia, seperti memahami bahasa, mengenali pola, memecahkan masalah, bernalar, serta belajar dari pengalaman, dengan tujuan meniru atau mereplikasi proses berpikir dan pengambilan keputusan manusia (Irwanto dkk., 2025: 8). Perkembangan dan

penggunaan AI ini diyakini akan dapat meningkatkan taraf kehidupan manusia pada umumnya (Jamaaluddin & Sulistyowati, 2021: 9).

Dengan adanya AI yang semakin mempermudah kehidupan manusia, banyak orang yang telah menggunakannya secara aktif dan masif untuk menyelesaikan kebutuhannya terutama yang berkaitan dengan dunia digital. Oleh karena itu, tidak dapat disangkal bahwa AI telah merambat ke berbagai sektor dalam kehidupan manusia. Misalnya pada sektor pendidikan, AI digunakan dalam mencari informasi dan referensi untuk meningkatkan kualitas pemahaman yang lebih adaptif sehingga mahasiswa tidak hanya mendapatkan pengetahuan dari satu sumber saja (Black & Tomlinson, 2025: 9).

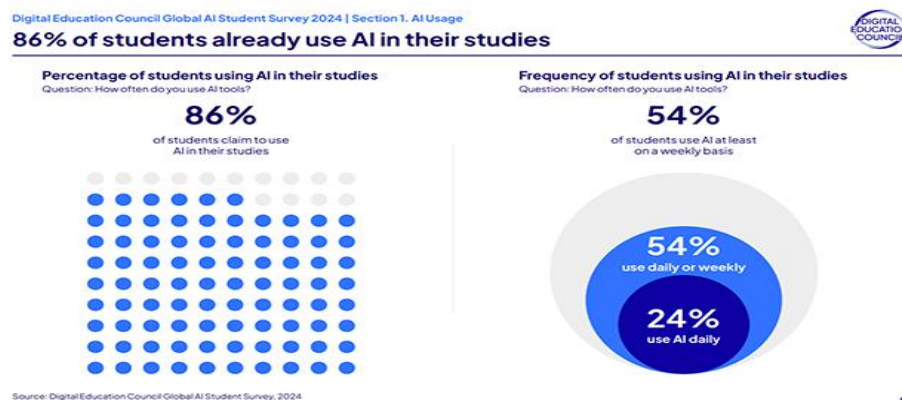
Dalam beberapa tahun terakhir ini, salah satu inovasi kecerdasan buatan yang menarik banyak perhatian publik ialah *Generative Pre-trained Transformer*. ChatGPT merupakan suatu sistem pemrosesan bahasa alami yang dikembangkan oleh OpenAI dan dirancang untuk dapat memberikan jawaban atas instruksi pengguna dengan cepat serta memberikan respons yang sangat detail dan alami layaknya respons manusia (Deng & Lin, 2022: 81-82). Kemampuan ini menjadikan ChatGPT berbeda dari chatbot konvensional yang cenderung kaku dan terbatas. Dengan adanya ChatGPT, pencarian referensi yang berbasis AI menjadi lebih efektif dan efisien, sehingga banyak dimanfaatkan oleh pelajar, akademisi, maupun profesional dalam berbagai bidang.

Menurut Singh (2025) yang dikutip dari laman *Demandsage* menyatakan bahwa pada April 2025 pengguna aktif ChatGPT menyentuh hingga 800 juta pengguna global. Data tersebut menunjukkan adanya peningkatan dari Februari 2025, yang saat itu mencatat hanya sekitar 400 juta pengguna aktif secara global. Lonjakan drastis terjadi pada awal tahun 2025, di mana pada April 2025, jumlah pengguna aktif ChatGPT melonjak hingga menyentuh angka 800 juta pengguna global. Data ini menunjukkan bahwa dalam kurun waktu kurang lebih dua tahun, jumlah pengguna aktif ChatGPT meningkat lebih dari 15 kali lipat. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak orang yang mulai menggunakan ChatGPT dikarenakan kebergunaannya yang praktis dan efektif.



Gambar 1.1 *ChatGPT's Weekly Active Users*
Sumber : *demandsage* (16/04/2024)

Dengan kemudahan yang diberikan oleh ChatGPT, banyak sektor yang memanfaatkan teknologi ini dalam berbagai aktivitas. Salah satu sektor yang paling banyak menggunakan ChatGPT ialah sektor pendidikan, hal ini dikarenakan ChatGPT mampu memberikan respons yang cepat dan efisien, sehingga dapat memudahkan mahasiswa dalam mencari sumber informasi dan referensi serta penggunaannya yang sangat fleksibel selama pengguna memiliki jaringan internet (Viorennita dkk, 2023: 449). Menurut survei yang dilakukan oleh Digital Education Council (2024) menyatakan bahwa sekitar 86% pelajar menggunakan AI dalam pembelajaran mereka. Penelitian ini mengumpulkan sekitar 3,839 responden dari 16 negara dan sekitar 66% dari 86% responden yang menggunakan AI dalam pembelajaran, menyatakan bahwa ChatGPT merupakan alat bantu dalam proses pembelajaran yang paling sering digunakan dalam sehari-hari.



Gambar 1.2 *86% of Students Already Use AI in Their Studies*
Sumber : *Digital Education Council* (28/08/2024)

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Populix (2023) yang dimuat dalam artikel Databoks oleh Annur (2023) menyatakan bahwa sekitar 52% pengguna aplikasi AI terbanyak di Indonesia adalah ChatGPT guna membantu berbagai aktivitas seperti mencari sumber informasi dan referensi. Penelitian ini dilakukan secara *online* dengan jumlah responden sebanyak 1.014 yang berasal dari pulau Jawa (76%), Sumatera (14%), dan pulau lainnya (10%) dengan rentang kelompok usia yang diteliti yakni 17-40 tahun. Kemudian, kelompok usia responden didominasi oleh usia 15-20 tahun (51%), disusul kelompok usia 26-35 tahun (33%). Sehingga, dengan rentang usia tersebut maka penggunaan ChatGPT ini berkaitan erat dengan dunia pendidikan seperti mencari informasi dan referensi. Hal ini juga didukung oleh pernyataan Hutasoit yang dilansir pada laman Bisnis Tekno bahwa sekitar 70% masyarakat Indonesia langsung percaya dengan respons dari AI seperti ChatGPT (Fauzan, 2025).



Gambar 1.3 *Aplikasi AI Paling Banyak Digunakan di Indonesia*
Sumber : Databoks (26/06/2023)

Hadirnya pencarian berbasis AI ini telah memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap pola pencarian sumber informasi dan referensi, khususnya dalam dunia akademisi. ChatGPT dapat menyajikan informasi dengan sangat

cepat dan efisien, sehingga banyak mahasiswa yang memanfaatkan teknologi ini guna menunjang berbagai kegiatan akademik. Oleh karena itu, penting adanya penelitian yang meninjau sejauh mana kualitas informasi ChatGPT dapat memenuhi ekspektasi pengguna.

Fokus penelitian ini akan meneliti versi GPT-5 versi gratis. Hal ini dikarenakan versi ini tersedia dalam versi gratis dan menjadi versi yang paling banyak digunakan saat ini serta menjadi versi terbaru pada tahun 2025 ini yang mana tahun penelitian ini dilakukan. Walaupun gratis, GPT-5 mampu memberikan kesempatan *prompt* sebanyak yang pengguna inginkan tanpa batasan jumlah, selama masih dalam batas wajar penggunaan yang ditetapkan oleh sistem. Fleksibilitas ini menjadikan GPT-5 versi gratis sebagai pilihan utama, hal ini mencerminkan kondisi nyata mahasiswa sebagai pengguna yang cenderung memilih platform yang ekonomis namun tetap efektif dalam memenuhi kebutuhan akademik. Mahasiswa juga merupakan kelompok pengguna yang paling erat kaitannya dengan penggunaan dan pemanfaatan ChatGPT dalam berbagai kegiatan akademik guna mendukung proses pembelajaran. Hal ini yang membedakan karakteristik mahasiswa dengan kelompok pengguna lainnya.

Menurut DeLone dan McLean (2003: 15), suatu kualitas informasi dapat diukur melalui beberapa indikator utama, yaitu *relevancy* (relevan), *accurate* (akurat), *timeliness* (tepat waktu), *reliable* (dapat dipercaya). Indikator tersebut dapat digunakan untuk menilai tingkat kualitas suatu informasi. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengetahui tingkat kualitas informasi yang diberikan ChatGPT dalam proses referensi akademik

Teori *uses and gratifications* menjadi pendekatan yang relevan guna memahami motif kepuasan mahasiswa dalam menggunakan media berbasis AI ini. Menurut Katz, terdapat tiga komponen dalam teori *uses and gratifications*. Pertama Kognitif, yaitu penguatan dalam mencari informasi melalui internet. Kedua Afeksi, yang mencakup pencarian pengalaman yang menyenangkan, emosional, ataupun estetika, di mana ChatGPT digunakan untuk memenuhi kebutuhan yang menghibur atau kepuasan pribadi. Ketiga Sosial, yaitu

kebutuhan untuk menjalin komunikasi baik secara langsung maupun tidak langsung dengan memanfaatkan teknologi digital sebagai media bantu. Ketiga komponen ini menjelaskan bagaimana pengaruh tingkat kepuasan mahasiswa terhadap informasi yang diperoleh melalui ChatGPT (Humaizi, 2018: 24).

Penggunaan ChatGPT dalam mencari informasi dan refensi ini dapat memberikan dampak yang besar apabila digunakan secara bijak dan terarah. Tetapi, faktanya banyak mahasiswa yang telalu bergantung pada ChatGPT dalam mencari sumber informasi dan referensi tanpa memilah dan memastikan suatu informasi tersebut sesuai dengan kriteria yang berlaku di dalam dunia akademisi. ChatGPT bukanlah rujukan yang bersifat ilmiah, oleh karena itu perlu adanya verifikasi ulang dengan jurnal atau buku (Hulukati & Djibran, 2018: 75). Hal ini diperkuat dengan pernyataan oleh Alkaissi & McFarlane (2023: 3) yang menyatakan bahwa ChatGPT juga terkadang mengalami *hallucination*, yaitu memberikan jawaban yang tampak meyakinkan namun tidak memiliki sumber yang valid, sehingga dapat menciptakan referensi palsu, sehingga perlu melakukan verifikasi ulang.

Menurut penelitian Kabir *et al* (2024: 2) menyatakan bahwa 52% jawaban ChatGPT terkadang mengandung kesalahan didalamnya, sekitar 77% menganggap jawaban ChatGPT terlalu bertele-tele. Fenomena inilah yang disebut sebagai *artificial hallucination*, dimana ChatGPT bisa saja memberikan jawaban yang salah atau fiktif. Masalah lain terletak pada akurasi konteks pertanyaan, dalam pertanyaan yang bersifat teknis, seperti *machine learning*, akurasi dapat mencapai 74,5%, namun turun drastis menjadi hanya 34,1% pada pertanyaan berbasis data. Kondisi ini menjadi tantangan bagi mahasiswa, karena tidak semua memiliki keterampilan *prompt engineering* untuk meningkatkan akurasi jawaban yang dihasilkan (Joshi *et al*, 2024: 629). Selanjutnya, ChatGPT-5 versi gratis memiliki keterbatasan sehingga penggunaanya yang kurang maksimal, seperti kuota *prompting*, *upload file*, dan pembuatan gambar yang terbatas. Contohnya, versi gratis hanya dapat upload sekitar 10 file setiap 5 jam pada GPT-5 setelah itu dialihkan secara otomatis ke versi 'mini' yang lebih ringan (Leviim, 2026).

Namun di lain sisi, ChatGPT-5 versi gratis tetap memiliki kemampuan yang lebih baik daripada model sebelumnya, secara signifikan model ini dapat mengurangi *artificial hallucination* dan mampu mengerjakan tugas yang jauh lebih kompleks. Berdasarkan laporan dari *Future of Education* menyatakan jika AI seperti ChatGPT memiliki peluang yang sangat besar dalam perkembangan kualitas akses informasi, hal ini dikarenakan kemampuan AI dalam menyediakan informasi yang cepat, relevan, dan sesuai kebutuhan pengguna (Meiriza dkk, 2024: 5). Namun, di lain sisi mahasiswa yang terlalu sering bergantung pada AI akan menimbulkan ketergantungan sehingga mereka tidak lagi dapat berpikir secara kritis dan dapat menghilangkan kesempatan untuk mengambil keputusan secara cepat dan tepat, hal ini dikarenakan ChatGPT yang menawarkan berbagai kemudahan (Buçinca *et al*, 2021: 3).

Kemudahan akan akses informasi ini juga dirasakan oleh mahasiswa termasuk FISIP Unila. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung resmi berdiri pada 15 November 1995 berdasarkan SK Mendikbud RI Nomor: 0333/O/1995. Saat ini terdapat enam program S1, yaitu Ilmu Administrasi Bisnis, Ilmu Administrasi Negara, Hubungan Internasional, Sosiologi Ilmu Komunikasi, dan Ilmu Pemerintahan. Dilansir dari data FISIP Unila (2025), diketahui mahasiswa aktif S1 FISIP Unila yakni pada angkatan 2022 hingga 2025 sebanyak 4,134 mahasiswa.

Mahasiswa seringkali dianggap sebagai individu yang berintelektual serta dihormati karena memiliki kemampuan dalam merumuskan dan menyelesaikan permasalahan sosial serta sering pula digambarkan sebagai individu yang memiliki kemampuan untuk memahami berbagai bidang pengetahuan secara ilmiah (Oktaviany, 2023: 7). Mahasiswa ini dikenal sebagai individu dengan tingkat kemampuan intelektualitas yang tinggi, memiliki kemampuan berpikir kritis, dan mampu merancang tindakan secara baik dan efektif. Karakteristik pemikiran kritis ini merupakan gambaran yang umumnya melekat pada mahasiswa (Hulukati & Djibran, 2018: 74). Akan tetapi, faktanya banyak mahasiswa cenderung menginginkan hasil yang serba instan, sehingga menyebabkan karakter khas yang melekat pada mahasiswa

perlahan mulai memudar akibat dari adanya AI seperti ChatGPT yang saat ini menawarkan berbagai kemudahan dalam konteks ini mencari sumber informasi dan referensi (Zhai et al., 2024: 23).

Topik penelitian penting untuk diteliti karena adanya beberapa permasalahan mendasar yang selaras dengan kualitas informasi yang didapat oleh mahasiswa khususnya pengguna ChatGPT. Pertama, meskipun ChatGPT dapat memberikan jawaban yang cepat dan relevan, belum tentu informasi tersebut informasi yang valid serta memenuhi standar akademik, sehingga menimbulkan pertanyaan apakah mahasiswa benar-benar puas dengan kualitas informasi yang diterima. Kedua, penggunaan ChatGPT secara masif dikhawatirkan akan menggantikan proses pencarian literatur ilmiah melalui buku, jurnal, atau sumber valid lainnya. Ketiga, penting untuk mengevaluasi bagaimana ChatGPT mempengaruhi pola belajar mahasiswa khususnya dalam konteks kepuasan terhadap informasi yang diperoleh.

Berdasarkan fenomena-fenomena yang telah diuraikan sebelumnya, menarik perhatian peneliti dalam mengkaji antara pengaruh kualitas informasi ChatGPT terhadap kepuasan pengguna. Dengan demikian, peneliti merumuskan judul penelitian ini sebagai “**Pengaruh Kualitas Informasi *Artificial Intelligence* (AI) ChatGPT-5 Versi Gratis terhadap Kepuasan Pengguna (Studi pada Mahasiswa S1 FISIP Universitas Lampung).**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti merumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu apakah terdapat pengaruh antara kualitas informasi *artificial intelligence* (AI) ChatGPT-5 versi gratis terhadap kepuasan pengguna khususnya mahasiswa S1 FISIP Unila.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas informasi *artificial intelligence* (AI) ChatGPT-5

versi gratis terhadap kepuasan pengguna khususnya mahasiswa S1 FISIP Unila.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak baik individu maupun lembaga terkait dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran untuk memperkaya ilmu pengetahuan terkait penggunaan *Artificial Intelligence* (AI) khususnya ChatGPT-5 versi gratis pada pengembangan kontribusi AI terhadap dunia pendidikan dan teknologi.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini kiranya dapat membantu dan memberikan informasi serta rekomendasi kepada pihak-pihak yang memerlukan penelitian terkait kualitas informasi *Artificial Intelligence* (AI) ChatGPT-5 versi gratis terhadap kepuasan pengguna.

1.5 Kerangka Pikir

Menurut Hasan (2002) yang dilansir dari buku (Sari dkk., 2022: 71) menyatakan bahwa kerangka pikir adalah model konseptual yang menjadi bagian suatu penelitian untuk menggambarkan alur pemikiran peneliti. Hal ini berkaitan dengan berbagai aspek yang sudah didefinisikan sebagai suatu permasalahan yang penting untuk dibahas. Oleh karena itu, kerangka pikir dapat dikatakan sebagai suatu sintesis terkait hubungan antar variabel dan teori yang sudah dideskripsikan.

Perkembangan zaman yang sangat pesat mendorong terciptanya dan berkembangnya teknologi seperti kecerdasan buatan atau AI, yaitu suatu sistem yang dirancang untuk dapat meniru kemampuan berpikir layaknya manusia dengan cara mengambil data dan mengenali pola melalui algoritma yang

kompleks sehingga memungkinkan sistem untuk dapat terus meningkatkan kemampuannya seiring waktu (Eriana & Zein, 2023: 1). Salah satu contoh dari AI adalah ChatGPT, sebuah model bahasa yang dapat merespons pertanyaan secara cepat, efisien, relevan, dan alami layaknya manusia. Saat ini versi GPT-5 menjadi pilihan utama para pengguna seperti mahasiswa karena dapat diakses secara gratis namun tetap mampu memberikan jawaban yang cepat dan relevan.

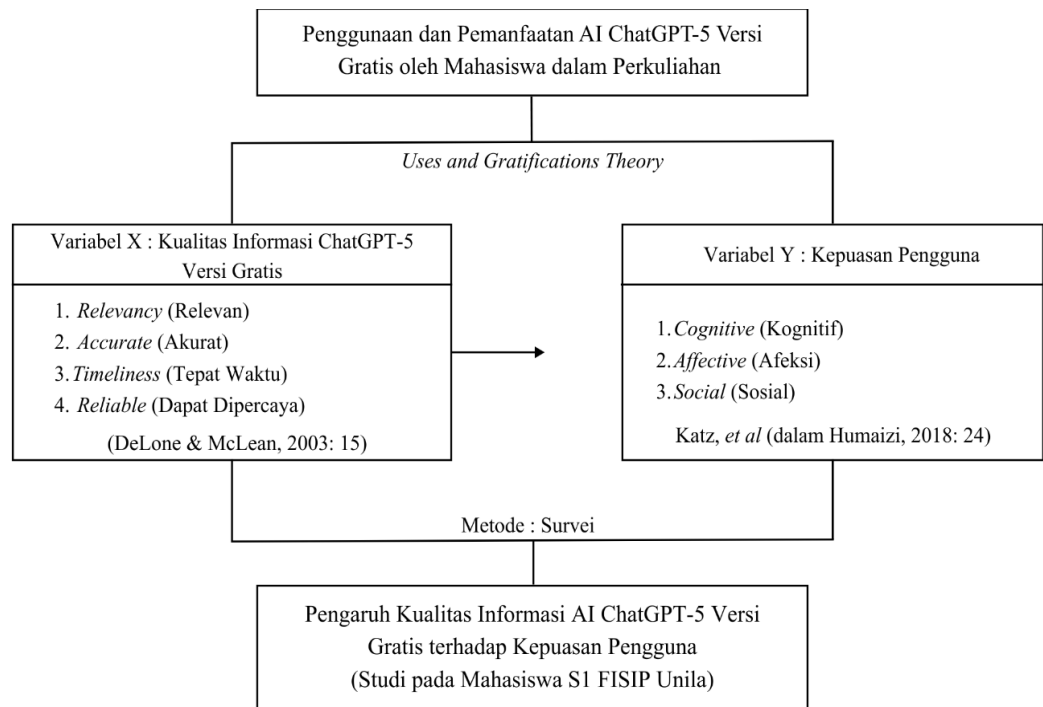
Menurut (DeLone & McLean, 2003: 15) tingkat kualitas informasi dapat diukur melalui empat indikator utama, yaitu *relevancy* (relevan), *accuracy* (akurat), *timeliness* (ketepatan waktu), dan *reliability* (dapat dipercaya). Dalam konteks penggunaan media seperti ChatGPT, kualitas informasi yang baik maka akan berdampak pada tingkat kepuasan yang tinggi, khususnya mahasiswa yang menggunakan ChatGPT guna menunjang berbagai kegiatan akademik.

Agar dapat memahami tingkat kualitas informasi terhadap penggunaan media seperti ChatGPT-5 versi gratis, teori *uses and gratifications* menjadi teori yang cocok dan relevan untuk digunakan dalam penelitian ini. Menurut Katz et al (1974), *uses and gratifications* adalah teori yang menekankan pada peran aktif audiens dalam memilih dan menggunakan media agar dapat memenuhi kebutuhan pribadi. Tingkat kepuasan pengguna dapat diukur melalui tiga dimensi utama, yaitu *cognitive* (kognitif), *affection* (afeksi), dan *social* (sosial). Kebutuhan kognitif berkaitan dengan pencarian informasi dan pengetahuan. Kebutuhan afeksi berkaitan dengan pengalaman emosional dalam mengakses media. Kebutuhan sosial berkaitan dengan peran informasi dalam mendukung kegiatan sosial dan interaksi manusia (Katz et al dalam Humaizi, 2010: 24). Tiga dimensi ini saling berkaitan dalam membentuk tingkat kepuasan pengguna khususnya mahasiswa dalam mengakses ChatGPT-5 versi gratis sebagai alat bantu akademik.

Penelitian ini akan menggunakan metode survei yang dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner secara *online* melalui Gform, hal ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data dari responden dalam jumlah yang besar

khususnya mahasiswa S1 FISIP Unila yang menggunakan ChatGPT-5 versi gratis dalam berbagai kegiatan akademik. Peneliti membagi dua kategori variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel independen (X) *relevancy*, *accurate*, *timeliness*, dan *reliable* dari sebuah kualitas informasi (DeLone & McLean, 2003: 15). Sedangkan variabel dependen (Y) adalah kepuasan pengguna yang dapat diukur dengan teori *uses and gratifications*, seperti *cognitive*, *affection*, dan *social* (Humaizi, 2010: 24).

Berdasarkan penjelasan di atas maka peneliti merumuskan kerangka pikir penelitian ini kedalam bagan berikut:



Gambar 1.4 Bagan Kerangka Pikir
Sumber : Peneliti, 2025

1.6 Hipotesis

Secara etimologis hipotesis adalah suatu hal yang kurang (*hypo*) dari suatu pendapat terkait fakta yang ada (*tesis*). Dengan kata lain dari hipotesis adalah suatu simpulan yang belum selesai dan harus diuji kebenarannya atau dapat disebut sebagai jawaban sementara terhadap suatu permasalahan yang sedang

diteliti dan hipotesis haruslah diuji kebenarannya berdasarkan data. Hipotesis pula dikatakan sebagai jawaban sementara yang dapat dijadikan acuan oleh peneliti sebagai petunjuk sementara ke arah pemecah suatu permasalahan (Sari dkk, 2022: 78). Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya berikut ini adalah hipotesis yang diajukan pada penelitian ini.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh kualitas informasi *artificial intelligence* (AI) ChatGPT-5 versi gratis terhadap kepuasan pengguna di S1 FISIP Universitas Lampung.

H_1 : Terdapat pengaruh kualitas informasi *artificial intelligence* (AI) ChatGPT-5 versi gratis terhadap kepuasan pengguna di S1 FISIP Universitas Lampung.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah penelitian-penelitian yang telah dikaji sebelumnya dan memiliki beberapa keterkaitan dengan topik penelitian yang sedang dikaji. Adapun tujuan dari adanya penelitian terdahulu adalah sebagai bahan referensi dan mendapat bahan perbandingan dalam upaya peneliti mengembangkan penelitian baru (Padaniah & Haryono, 2021: 5). Berikut merupakan beberapa penelitian terdahulu yang relevan untuk ditelaah dengan penelitian yang saat ini sedang dikaji, yaitu:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

1.	Nama Peneliti (Tahun)	Alicia Fazira (2024) Ilmu Komunikasi
	Judul Penelitian	Pengaruh Penggunaan ChatGPT Terhadap Kualitas Informasi Pada Mahasiswa Fisipol Universitas Medan Area
	Hasil Penelitian	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Alicia Fazira (2024) menyatakan bahwa terdapat pengaruh nyata antara penggunaan ChatGPT terhadap kualitas informasi. Selain itu, nilai korelasi Pearson sebesar 0,81 menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara kedua variabel dan sebesar 65% variasi dalam kualitas informasi mahasiswa dipengaruhi oleh penggunaan ChatGPT.

	Persamaan/Perbedaan	Pada penelitian ini terdapat beberapa persamaan seperti variabel penelitian yang dikaji yaitu kualitas informasi dari ChatGPT. Selanjutnya, skripsi ini juga menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif dalam menjelaskan hasil penelitiannya. Namun, terdapat perbedaan dalam penelitian ini, seperti lokasi penelitian yang berbeda, penggunaan teori, dan fokus penelitian yang berbeda, jika Fazira (2024) hanya meneliti kualitas informasi, maka penelitian ini berfokus pada kepuasan pengguna ChatGPT.
2.	Nama Peneliti (Tahun)	Ayu Annisa (2024) Manajemen Komunikasi Islam
	Judul Penelitian	Persepsi Mahasiswa terhadap Pemanfaatan <i>Artificial Intelligence</i> (AI) ChatGPT sebagai Sumber Informasi Tugas Kuliah
	Hasil Penelitian	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Annisa (2024) menyimpulkan bahwa mahasiswa memiliki persepsi positif dalam penggunaan AI ChatGPT dalam akademik karena dinilai praktis dan efektif. Namun, mahasiswa tetap perlu melakukan verifikasi ulang agar hasil yang diperoleh tetap valid.
	Persamaan/Perbedaan	Terdapat beberapa persamaan dalam penelitian ini, yaitu terletak pada subjek dan objek yang diteliti seperti mahasiswa dan pengguna AI ChatGPT dalam aspek akademik. Namun, terdapat perbedaan yang terletak pada penelitian Annisa (2024), yaitu terdapat di metode penelitian,

		Annisa menggunakan jenis kualitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji secara empiris data. Kedua, penelitian Annisa membahas tentang persepsi mahasiswa, sedangkan penelitian ini membahas tentang kualitas informasi dan kepuasan pengguna.
3.	Nama Peneliti (Tahun)	R. Ismira Febrina, Ummu Salamah, Gina Sakinah (2024) Ilmu Komunikasi
	Judul Penelitian	Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Media Sosial
	Hasil Penelitian	Penelitian ini menunjukkan bahwa sebuah kualitas informasi memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan pengguna media sosial khususnya pada akun Instagram @InfoGarut. Berdasarkan hasil penelitian ini disimpulkan bahwa semakin tinggi kualitas informasi yang disajikan, maka semakin tinggi juga tingkat kepuasan pengguna dalam mengakses media sosial tersebut.
	Persamaan/Perbedaan	Adapun persamaan dalam penelitian ini. Pertama, terletak pada variabel Y yang sama-sama meneliti tentang kepuasan pengguna. Kedua, penelitian Febrina <i>et al.</i> , (2024) sama-sama menggunakan teori <i>uses and gratifications</i> . Namun, terdapat perbedaan dalam penelitian ini, seperti objek penelitian yang berbeda, dimana Febrina <i>et al.</i> , (2024) meneliti pengguna Instagram pada akun @InfoGarut sedangkan penelitian ini meneliti kepuasan

		mahasiswa Fisip Unila yang aktif menggunakan ChatGPT.
--	--	---

Sumber: Diolah oleh Peneliti (Agustus, 2025)

Penelitian Fazira (2024) menunjukkan adanya hubungan yang erat antara penggunaan ChatGPT dan kualitas informasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan ChatGPT yang baik mampu meningkatkan kemampuan pemahaman suatu kualitas informasi. Selanjutnya, menurut Annisa (2024) menyatakan bahwa mahasiswa memiliki persepsi yang positif dalam penggunaan dan pemanfaatan AI ChatGPT dalam kegiatan akademik, namun tetap harus melakukan verifikasi ulang agar data yang didapat menjadi lebih valid. Selanjutnya, Febrina *et al.*, (2024) menunjukkan bahwa semakin informatif media sosial maka semakin tinggi pula kepuasan pengguna dalam mengakses media tersebut. Hal ini menunjukkan adanya hubungan erat antara kepuasan pengguna dengan kualitas informasi yang disajikan di media khususnya dalam penelitian ini media sosial Instagram @InfoGarut terhadap pengikutnya.

Adapun perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu, yaitu terletak pada objek dan lokasi penelitian. Pertama, penelitian ini berfokus pada mahasiswa S1 FISIP Unila, berbeda dengan penelitian yang sebelumnya dilakukan di institusi lain dan objek lain seperti objek non-akademik pada akun Instagram @InfoGarut. Kedua, penelitian ini menggunakan model DeLone & McLean dalam mengukur tingkat kualitas informasi dan teori *uses and gratifications* guna mengukur kepuasan pengguna, yang belum digunakan secara bersamaan pada penelitian terdahulu. Ketiga, variabel pada penelitian terdahulu masih berdiri sendiri dalam fokus kajiannya, Fazira (2024) meneliti pengaruh penggunaan ChatGPT terhadap kualitas informasi, Annisa (2024) meneliti persepsi mahasiswa terhadap pemanfaatan ChatGPT, sedangkan Febrina dkk (2024) meneliti kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna pada objek media sosial Instagram. Berdasarkan analisis tersebut, belum ditemukan penelitian yang secara khusus menguji pengaruh kualitas informasi ChatGPT-5 versi gratis terhadap kepuasan pengguna mahasiswa dalam konteks

akademik, khususnya pada mahasiswa S1 FISIP Unila. Karena itu, terdapat celah penelitian pada aspek objek, konteks, dan penggabungan variabel yang belum diuji secara empiris dalam satu model penelitian.

Selanjutnya, kebaruan pada penelitian ini terletak pada dua kombinasi pendekatan, yaitu teori kualitas informasi DeLone & McLean dan teori *uses and gratifications*. Menurut Rukmiyati dan Budiarta (2016: 118), kualitas informasi memiliki kaitan erat dengan kepuasan pengguna, sehingga kombinasi ini akan menghasilkan data dan pemahaman yang lebih komprehensif serta menjadikan penelitian lebih relevan dengan kebutuhan mahasiswa dalam memperoleh informasi secara efisien, khususnya dalam konteks pendidikan tinggi di Indonesia. Penelitian ini menghadirkan perspektif baru tentang bagaimana kualitas informasi dapat memengaruhi kepuasan pengguna khususnya dalam penggunaan GPT-5 versi gratis dan penelitian ini juga berlandaskan hipotesa, sehingga memberikan bukti empiris melalui penelitian kuantitatif yang ilmiah.

2.2. Pengertian *Artificial Intelligence* (AI)

Secara etimologis, *artificial intelligence* berasal dari bahasa Inggris, yaitu *artificial* yang memiliki arti “buatan/tidak alami” dan *intelligence* yang memiliki arti “kecerdasan” sehingga secara harfiah *artificial intelligence* (AI) berarti kecerdasan buatan layaknya kecerdasan manusia yang ditanamkan ke dalam mesin atau suatu sistem komputer untuk melakukan tugas-tugas mendasar guna membantu mempermudah beberapa pekerjaan manusia.

Pada awalnya AI merupakan salah satu bagian bidang studi teknologi komputer pada tahun 1950-1956, AI ini diperkenalkan oleh Alan Turing pada tahun 1950 dalam penelitiannya yang berjudul ‘*Computing Machinery and intelligence*’ yang mengangkat pertanyaan mendasar ‘*can machines think?*’ dan di dalam karyanya tersebut, Turing juga memperkenalkan konsep yang dikenal sebagai tes Turing, yakni sebuah metode yang digunakan untuk mengevaluasi apakah suatu mesin dapat menunjukkan perilaku ‘cerdas’ yang menyerupai manusia atau tidak (Turing, 1950 dalam Rifky dkk., 2024: 23).

Kemudian, istilah *artificial intelligence* kembali dipopulerkan secara umum oleh seorang ilmuwan dari Dartmouth, yakni John McCarthy (1956) pada konferensi *Dartmouth Summer Research Project on Artificial Intelligence*. Dalam konferensi tersebut McCarthy mendefinisikan AI sebagai "*the science and engineering of making intelligent machines*" yang kemudian dianggap oleh para ahli sebagai titik awal AI menjadi suatu disiplin ilmu yang berdiri sendiri. Namun pada tahun 1957 karena kurangnya keterbatasan sistem komputasi mengakibatkan kondisi stagnan sekitar pada tahun 1957-1970an yang kemudian dikenal sebagai "*AI Winter*".

Selanjutnya, perkembangan pesat AI dapat dilihat pada tahun 1990-sekarang, yang dipicu oleh tiga faktor, yaitu peningkatan daya komputasi, tersedianya internet, dan perkembangan mesin atau teknologi yang semakin canggih. Salah satu lonjakan AI yang paling besar ketika kemajuan proses *deep learning* dan NLP pada komputer, khususnya melalui sistem *deep neural networks* yang mampu mengolah data dalam jumlah yang besar sehingga dapat memproses dan mengenali pola visual, suara, dan bahasa secara cepat dan akurat.

Saat ini, AI telah menjadi bagian penting dalam kehidupan manusia modern guna membantu manusia dalam menjalankan beberapa tugas mendasar, adapun beberapa contoh dari perkembangan asisten virtual berbasis AI, seperti Siri, Alexa, Ok Google, dan ChatGPT itu sendiri. Dengan perkembangan AI yang semakin maju fitur generatif seperti ChatGPT telah membuka jalan baru dalam proses akademik (Subiyantoro, 2024: 10-12).

Menurut McCarthy (2007), AI adalah suatu bidang ilmu yang bertujuan untuk mengembangkan mesin yang mampu bertindak secara cerdas layaknya manusia, meskipun tidak harus meniru cara kerja kognitif manusia dari sisi biologis (Subiyantoro, 2024: 23). Selanjutnya, menurut Knight & Rich, AI adalah salah satu ilmu bagian *computer science* yang memahami tentang usaha-usaha dalam menciptakan komputer yang mampu berpikir layaknya manusia atau bahkan lebih dari itu (Jamaaluddin & Sulistyowati, 2021: 4). Menurut, IBM Cloud, AI memiliki definisi suatu penggabungan ilmu komputer dan *big data* dalam memecahkan suatu permasalahan menggunakan sistem

deep learning dan *machine learning* sehingga memungkinkan AI bertindak secara otonom berdasarkan perintah yang diberikan (Stryker & Kavlakoglu, 2024).

Berdasarkan beberapa pandangan para ahli yang telah dikemukakan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa AI adalah cabang ilmu komputer yang berfokus pada sistem yang dirancang sehingga mampu bertindak ataupun berpikir layaknya manusia, baik melalui dari *big data*, *deep learning*, ataupun *machine learning*. Oleh karena itu, AI merupakan gabungan antara kemampuan komputasi dalam mesin sehingga dapat berpikir dan bertindak secara otonom.

Dengan demikian, AI tidak hanya dipahami sebagai konsep umum tentang mesin yang mampu berpikir layaknya manusia, tetapi juga terbentuk dari beberapa komponen utama yang saling melengkapi untuk mewujudkan kemampuan tersebut. Secara umum, AI dibentuk melalui empat komponen utama, yaitu *Machine Learning*, *Deep Learning*, *Natural Language Processing* (NLP), dan *Computer Vision* (Subiyantoro, 2024: 32). Melanjutkan dari pernyataan Subiyantoro (2024), adapun definisi dari keempat komponen utama AI tersebut, yaitu.

2.2.1 Machine Learning

Machine Learning merupakan bagian dari AI yang digunakan untuk mengembangkan algoritma, sehingga memungkinkan komputer belajar melalui data yang diperoleh dan mampu secara otonom meningkatkan kemampuannya tanpa pemrograman secara eksplisit. Proses ini mencakup pengenalan pola dan riwayat pencarian pengguna, sehingga algoritma ini berfokus pada pengalaman dan kinerja mesin. Dalam penerapannya, *machine learning* memiliki beberapa pendekatan yang berbeda berdasarkan tujuan penggunaannya.

- a. *Supervised learning*, dimana sistem dikembangkan berdasarkan input dan output data yang diberikan secara jelas, dalam hal ini disebut sebagai label.

- b. *Unsupervised learning*, merupakan algoritma komputer yang tidak berdasarkan label, simpelnya sistem bekerja secara mandiri melalui indentifikasi pola.
- c. *Reinforcement learning*, dimana sistem belajar berdasarkan mekanisme umpan balik, sehingga sistem akan mengevaluasi dan kembali menyesuaikan respons.

Dalam hal ini ChatGPT mengadaptasi pendekatan *supervised learning* dan *reinforcement learning* dalam mekanisme kerjanya. Awalnya *supervised learning* digunakan agar dapat mengenali pola secara akurat karena memiliki *input* dan *output* yang jelas. Kemudian, *reinforcement learning* digunakan agar dapat meningkatkan kualitas respons dan lebih adaptif terhadap perintah pengguna. Teknologi ini mampu memproses olah data yang kompleks dalam jumlah yang besar.

2.2.2 Deep Learning

Deep learning adalah cabang ilmu *machine learning* itu sendiri yang dikembangkan seperti arsitektur otak manusia menggunakan *artificial neural networks* (jaringan saraf tiruan). *Deep learning* terbukti efektif dalam mengenali pola yang tidak terstruktur, seperti visual, audio, dan teks. Mekanisme kerja *deep learning* ialah dengan cara membagi dan memproses data secara bertahap mulai dari *input* hingga *output*. Sistem ini belajar melalui semua lapisan *input* dan *output* data hingga dapat menghasilkan respons yang lebih akurat.

2.2.3 Natural Language Processing (NLP)

Natural language processing (NLP) merupakan cabang ilmu AI yang berfokus pada interaksi manusia dengan komputer menggunakan bahasa alami. NLP memungkinkan sistem untuk dapat memahami dan menafsirkan perintah menjadi kontekstual. Proses ini melibatkan berbagai tahap, seperti *tokenization* (memecah teks menjadi kata-kata simpel), *part of speech tagging* (pengenalan struktur kalimat), *named of recognition* (analisis makna), dan *sentiment analysis* (pemahaman

konteks). Algoritma ini memungkinkan AI untuk dapat memahami dan memberikan respons yang alami layaknya manusia. Salah satu contoh dari NLP adalah *chatbot* seperti ChatGPT.

2.2.4 Computer Vision

Computer vision (CV) merupakan cabang ilmu dari AI yang memungkinkan komputer mengenali dan mengolah data atau informasi secara visual. CV bekerja dengan cara menangkap gambar atau video, kemudian sistem menggunakan model *deep learning* untuk mengenali objek. Sehingga sistem mampu memahami dan merespons informasi visual layaknya manusia.

Berdasarkan keempat penjelasan tentang komponen utama atau cabang ilmu AI, maka dapat disimpulkan bahwa AI bekerja secara terintegrasi dimulai dari kemampuan *machine learning* dalam mempelajari pola dari data, kemudian *deep learning* memproses data yang kompleks melalui jaringan saraf berlapis, selanjutnya NLP memungkinkan sistem memahami dan merespons bahasa manusia, dan *computer vision* memungkinkan pengolahan informasi visual. Keempatnya saling melengkapi untuk menciptakan sistem AI yang cerdas, adaptif, dan mampu berinteraksi secara alami dengan manusia dan lingkungan.

2.3. Chat Generative Pre-Trained Transformer (ChatGPT)

Salah satu produk dari perkembangan *Artificial intelligence* adalah ChatGPT, ChatGPT bekerja berdasarkan tiga komponen yang saling berkaitan, seperti *machine learning*, suatu metode dalam AI yang memungkinkan mesin belajar secara mandiri dari data yang tersedia di internet ataupun perintah yang diberikan (Wijoyo dkk, 2024: 376). Kemudian *deep learning*, suatu jaringan saraf tiruan untuk mengolah informasi yang lebih mendalam dari data yang tersedia (Nurhakiki & Yahfizham, 2024: 272). Terakhir *Natural Language Processing* (NLP), yakni kemampuan sistem dalam membaca, memahami, dan menghasilkan respons layaknya bahasa alami manusia (Nurwanda dkk, 2024: 1841). Dari ketiga komponen tersebut melahirkan model bahasa generatif seperti ChatGPT berbasis AI yang beberapa tahun terakhir ini menjadi populer

karena kemampuannya dapat memberikan respons yang cepat, efektif, serta mampu mempersonalisasikan gaya komunikasi pengguna berdasarkan riwayat *prompt*.

Pada awalnya ChatGPT pertama kali dikembangkan oleh perusahaan riset teknologi dari *United States* (US) pada tahun 2015 yang bernama OpenAI. OpenAI didirikan oleh Elon Musk, Sam Altman, Greg Brockman, Ilya Sutskever, dan lainnya dengan tujuan menciptakan AI yang dapat membantu dan bermanfaat bagi manusia. ChatGPT ini kemudian diperkenalkan oleh OpenAI ke publik pada November 2022. Pada awalnya, model ini dikembangkan untuk mengatasi berbagai tugas yang berkaitan dengan *Natural Language Processing* (NLP), seperti merangkum dan menerjemahkan bahasa. Namun, seiring perkembangan teknologi pada ChatGPT yang semakin canggih, model ini mampu untuk menghasilkan audio dan visual (Rachbini dkk, 2023: 5).

Kemudian pada tahun 2019, OpenAI merilis ChatGPT-2 yang mampu menghasilkan teks yang lebih kompleks. Kemudian pada tahun 2020 OpenAI merilis versi ChatGPT-3 dengan kemampuan yang lebih baik dari versi sebelumnya sekaligus menjadi titik balik besar dalam popularitasnya karena mampu menghasilkan respons yang sangat mirip dengan manusia serta menjadi fondasi awal ChatGPT dalam perkembangan selanjutnya. Hingga pada Mei 2024, OpenAI memperkenalkan GPT-4 Omni, sebuah model bahasa multidimensional yang mampu *generate* teks, audio, dan visual yang lebih baik dan lebih cepat (Kapuściński, 2024). Hingga saat ini sudah tersedia ChatGPT-5 yang mampu beroperasi lebih baik dengan versi sebelumnya.

ChatGPT juga dibangun dengan arsitektur sistem yang disebut *transformer* dan dilatih menggunakan milyaran *dataset*, sehingga pelatihan tersebut menghasilkan sebuah model bahasa yang mampu memahami konteks, struktur kalimat, serta makna kata. Dengan demikian, ChatGPT tidak hanya terbatas pada satu bahasa, melainkan dapat menghasilkan respons dengan berbagai bahasa, termasuk bahasa Indonesia (Rachbini dkk, 2023: 7).

Dalam merespons *prompt*, ChatGPT menggunakan *autoregressive language modeling*, suatu model yang dapat memprediksi kata berikutnya dalam sebuah teks berdasarkan rangkaian kata yang telah muncul sebelumnya, lalu mengulang proses tersebut secara berkesinambungan hingga terbentuk kalimat atau paragraf yang utuh. Model ini juga memungkinkan ChatGPT untuk menghasilkan respons yang sesuai sehingga relevan dengan *prompt* yang diberikan. Dengan kemampuan ini, ChatGPT mampu *generate* teks, audio, dan visual seperti gambar (Rachbini dkk, 2023: 7).

Pada penelitian ini, memiliki fokus utama pada pemanfaatan ChatGPT-5 versi gratis. Versi ini dipilih karena tentunya dapat digunakan secara gratis, sehingga memberikan kemudahan akses bagi pengguna, dalam hal ini adalah mahasiswa. Walaupun gratis, ChatGPT-5 versi gratis tetap mampu memberikan jawaban yang cepat dan relevan. Selain itu, keunggulan lainnya terletak pada fleksibilitas penggunaannya yang dapat melakukan pencarian berulang kali selama masih dalam batas wajar yang ditetapkan sistem. Kondisi ini membuat GPT-5 versi gratis menjadi sangat ideal untuk digunakan guna mendukung berbagai aktivitas akademik (Buruk, 2023: 2).

ChatGPT memiliki beberapa keunggulan yang membedakan diri dari berbagai *chatbot* lainnya. Salah satu keunggulan utamanya adalah kemampuan dalam memahami konteks percakapan yang lebih mendalam, sehingga mampu menghasilkan respons yang lebih relevan. Selain itu, ChatGPT dapat menyesuaikan jawaban berdasarkan riwayat percakapan secara dinamis, sehingga dapat mempersonalisasikan pengguna dengan baik. Oleh karena itu, ChatGPT banyak digunakan dalam berbagai kegiatan, seperti pencarian informasi, pembuatan konten, dan alat membantu dalam pembelajaran khususnya mahasiswa (Molla et al, 2023: 932).

Namun, ChatGPT tetap memiliki kelemahan atau keterbatasan dalam fokus ini ialah ChatGPT-5 versi gratis, seperti pada free version ChatGPT tidak memiliki memori permanen antar sesi, sehingga konteks pembicaraan yang sebelumnya dibahas tidak serta merta dapat disimpan oleh ChatGPT. Selanjutnya, kecepatan respons bisa lebih lambat saat server penuh, meskipun bebas biaya

versi gratis ChatGPT-5 dibatasi oleh kuota penggunaan yang ketat dan fitur tambahan yang minim, sehingga kapasitasnya lebih cocok untuk penggunaan ringan. Kemudian, ChatGPT-5 versi gratis umumnya memiliki keterbatasan akses data yang benar-benar terbaru, sehingga menyebabkan informasi tidak selalu berdasarkan perkembangan yang sedang terjadi (Dwivedi *et al*, 2023: 7).

Pemanfaatan ChatGPT sebagai sarana komunikasi tidak hanya memudahkan mahasiswa dalam berbagai hal akademik, melainkan juga dapat memperluas proses komunikasi secara sosial (Sikumbang dkk, 2025: 450). Dalam konteks sosial, ChatGPT dapat berperan sebagai komunikator virtual yang memberikan ide, saran, atau sudut pandang tambahan. Kemampuan ini menjadikan ChatGPT sebagai alat yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga mampu mendorong kolaborasi sosial yang lebih dinamis. Dengan bantuan ChatGPT, mahasiswa dapat saling bertukar pikiran, mengolah informasi bersama, serta memperkuat hubungan antarindividu melalui komunikasi yang lebih efektif dan terstruktur (Ricard, 2023). Namun, di balik semua kemudahan tersebut, peran aktif mahasiswa dalam menerima, menyaring, dan memberikan respons terhadap informasi yang dihasilkan tetap menjadi kunci utama agar komunikasi yang terjalin benar-benar efektif dan tidak sekadar bersifat mekanis.

Dalam hal ini, mahasiswa dapat dipandang sebagai komunikan dalam proses komunikasi. Pada teori komunikasi, komunikan dapat bersifat aktif dalam menerima makna suatu pesan. Saat berinteraksi dengan ChatGPT, mahasiswa membaca dan mengevaluasi respons yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa adanya komunikasi dua arah, dimana ChatGPT sebagai komunikator dan mahasiswa sebagai komunikan. Pola komunikasi ini menunjukkan adanya perubahan yang awalnya media konvensional satu arah menjadi media interaktif dua arah. Selain itu, kualitas informasi sangatlah berperan penting terhadap kepuasan pengguna. Oleh karena itu, mahasiswa sebagai komunikan harus bersikap kritis dalam memberikan perintah dan memahami jawaban dari ChatGPT agar proses komunikasi dapat berjalan dengan efektif (Financy & Irwansyah, 2025: 44).

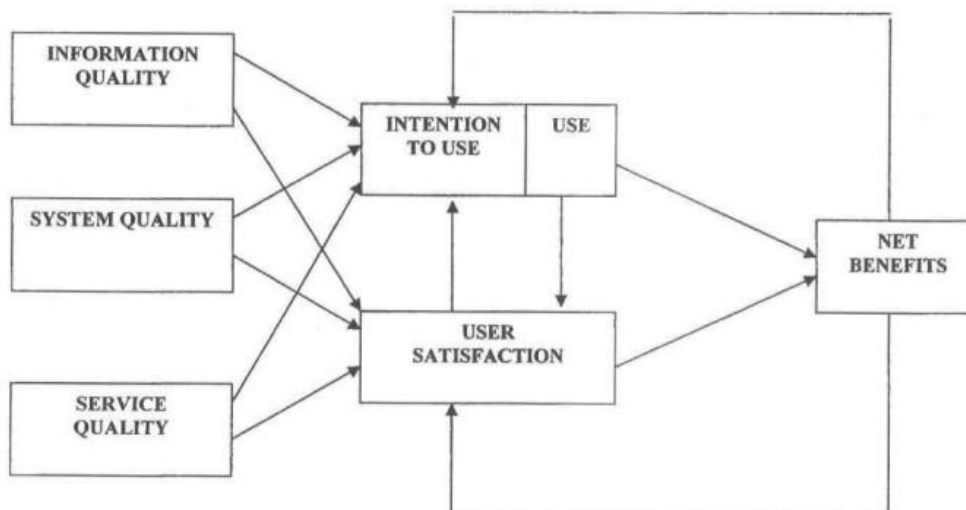
2.4. Model DeLone dan McLean (2003)

Dengan kemampuan ChatGPT-5 versi gratis yang mampu memberikan respons yang cepat dan relevan, perlu adanya model penelitian yang sesuai untuk menilai sejauh mana pengguna merasa puas dengan kualitas informasi yang diberikan. Oleh karena itu, penelitian ini mengadaptasi model DeLone & McLean yang menyatakan bahwa kualitas informasi memiliki pengaruh yang kuat terhadap tingkat kepuasan pengguna. Kualitas informasi yang baik haruslah mendahului kepuasan yang dapat dirasakan. Oleh karena itu, kualitas informasi dapat diukur melalui beberapa indikator, seperti *relevancy* (relevan), *accurate* (akurasi), *timeliness* (ketepatan waktu), dan *reliable* (dapat dipercaya) (DeLone & McLean, 2003: 15). Dengan demikian, hubungan antara kualitas informasi dan kepuasan menjadi hal penting untuk diteliti dalam penelitian ini.

Kualitas suatu informasi merupakan hal yang paling penting, sehingga kepuasan pengguna sangat dipengaruhi oleh kualitas informasi yang disediakan. Sebaliknya, jika informasi yang diterima kurang tepat atau tidak memadai, pengguna harus mengeluarkan lebih banyak upaya untuk memperoleh informasi yang diinginkan. Kondisi ini berpotensi meningkatkan beban atau biaya tambahan yang dikeluarkan oleh konsumen, yang pada akhirnya dapat menurunkan tingkat kepuasan mereka terhadap layanan atau sistem yang digunakan (Jung *et al*, 2009 dalam Wara dkk, 2021: 2).

Untuk memahami secara lebih sistematis bagaimana hubungan antara kualitas informasi dan kepuasan pengguna tersebut terbentuk, DeLone dan McLean mengemukakan suatu model alur yang dikenal sebagai *Updated D&M IS Success Model*. Dalam model ini dijelaskan bahwa terdapat tiga dimensi kualitas utama yang saling memengaruhi, yaitu *System Quality*, *Information Quality*, dan *Service Quality*. Ketiga dimensi kualitas ini secara bersama maupun sendiri akan memengaruhi dua variabel perantara, yakni *Use* dan *User Satisfaction*. Selanjutnya, penggunaan dan kepuasan pengguna akan berdampak pada *Net Benefits* (manfaat bersih), yang mencakup dampak positif maupun negatif pada level individu, organisasi, industri, bahkan masyarakat. Model ini juga menunjukkan adanya hubungan timbal balik dimana *Net*

Benefits yang positif akan memperkuat penggunaan dan kepuasan pengguna di masa mendatang. Berikut merupakan gambaran alur *Updated D&M IS Success Model*.



Gambar 2.1 *Updated D&M IS Success Model*
 Sumber : Delone & McLean, (2003: 24)

Penelitian ini tidak bertujuan menguji keseluruhan model DeLone & McLean secara utuh, melainkan berfokus pada pengaruh langsung *Information Quality*. Fokus ini dipilih karena kesesuaiannya dengan rumusan dan tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui sejauh mana kualitas informasi yang dioperasionalkan melalui indikator *relevancy*, *accurate*, *timeliness*, dan *reliable*. Dimensi lain dalam model, seperti *System Quality*, *Service Quality*, dan *Net Benefits*, tidak diteliti karena penelitian ini memfokuskan pada *quality content* yang dihasilkan ChatGPT-5 versi gratis, bukan pada aspek teknis sistem atau layanan pendukung, sementara cakupan *Net Benefits* juga tidak dianalisis karena cakupannya yang luas, meliputi manfaat pada tingkat individu hingga organisasi, serta memerlukan rancangan penelitian yang jauh lebih kompleks. Dengan demikian, pembatasan pada dimensi *information quality* memungkinkan penelitian ini menjadi lebih terfokus dan sesuai dengan konteks penggunaan ChatGPT-5 versi gratis sebagai sumber informasi akademik oleh mahasiswa.

Selanjutnya, untuk mengoperasionalkan variabel *Information Quality* secara lebih terukur dalam penelitian ini, diperlukan indikator yang mampu merepresentasikan kualitas informasi yang dihasilkan oleh sistem. Oleh karena itu, penelitian ini mengadopsi empat indikator kualitas informasi yang dikemukakan oleh DeLone dan McLean, yaitu *relevancy*, *accurate*, *timeliness*, dan *reliable*. Keempat indikator tersebut digunakan sebagai dasar dalam menyusun instrumen penelitian guna menilai sejauh mana kualitas informasi yang dihasilkan oleh ChatGPT-5 versi gratis dapat memenuhi kebutuhan pengguna. Secara konseptual, indikator-indikator tersebut juga sejalan dengan definisi kualitas informasi yang dikemukakan oleh Sutabri (2012: 33–34) dalam buku Analisis Sistem Informasi, yang menjelaskan bahwa:

2.4.1 *Relevancy* (relevan)

Secara kebahasaan kata relevan memiliki arti kait-mengait; bersangkutan; berguna secara langsung. Relevan merujuk pada kedekatan atau hubungan antar suatu hal dengan pokok permasalahan yang sedang dibahas. Dalam konteks kebahasaan, relevan mengacu pada adanya kemiripan, hubungan erat, atau kecocokan antara dua hal. Dengan demikian, sesuatu dikatakan relevan apabila memiliki keterkaitan yang logis dan mendukung terhadap hal lainnya. Selain itu, informasi dapat dikatakan berkualitas jika relevan, sehingga informasi tersebut harus bermanfaat bagi penggunanya.

2.4.2 *Accurate* (akurat)

Informasi yang akurat berarti informasi tersebut harus benar adanya, tidak mengandung kesalahan, dan tidak menyesatkan. Akurat juga mencakup kejelasan pesan agar dapat dengan mudah dipahami agar sesuai dengan tujuannya. Jika terjadi *noise* selama proses pengiriman pesan, maka akan menyebabkan pergeseran makna sehingga informasi yang diterima tidak lagi sesuai.

2.4.3 *Timeliness* (tepat waktu)

Tepat waktu adalah suatu hal yang berlangsung sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Hal ini mengacu pada keharusan informasi diterima oleh pihak yang membutuhkan tanpa mengalami keterlambatan. Informasi yang datang terlambat, maka nilainya akan menurun karena informasi berperan penting dalam mendukung proses pengambilan keputusan. Informasi yang terlambat akan berdampak pada kepuasan pengguna dalam mengakses media.

2.4.4 *Reliable* (dapat dipercaya)

Secara bahasa, kata dasar *reliable* adalah *rely* yang berarti mengandalkan. Keandalan suatu informasi merupakan salah satu poin penting dari kualitas informasi, sehingga informasi yang dapat diandalkan adalah informasi yang dapat dipercaya karena sumber kutipannya jelas. Kelengkapan informasi juga dijadikan sebagai ukuran seberapa baik informasi tersebut dapat dipercaya, sehingga semakin valid informasi tersebut, maka semakin tinggi tingkat kepercayaan dan kepuasan pengguna.

2.4.5 *User Satisfaction Model DeLone & McLean (2003)*

Dalam model DeLone & McLean (2003) *user satisfaction* adalah tingkat penilaian pengguna setelah berinteraksi dengan suatu sistem informasi, yaitu apakah pengguna merasa puas terhadap sistem maupun produk informasinya. DeLone dan McLean menempatkan *user satisfaction* sebagai salah satu dimensi keberhasilan sistem informasi karena variabel ini menunjukkan respons pengguna terhadap kualitas sistem yang digunakan, bukan hanya apakah sistem tersedia, tetapi bagaimana sistem tersebut dinilai setelah dipakai. Secara konseptual, kepuasan pengguna merupakan respons evaluatif yang muncul setelah pengguna berinteraksi dengan sistem, baik dari segi kualitas informasi yang diterima (*information quality*), kemudahan dan keandalan sistem (*system quality*),

maupun dukungan layanan yang diberikan (*service quality*).

Berdasarkan alur modelnya, *user satisfaction* muncul setelah pengguna berhadapan dengan kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan. Ketiga dimensi kualitas tersebut memengaruhi bagaimana pengguna menggunakan sistem dan kemudian membentuk tingkat kepuasan mereka. DeLone dan McLean menjelaskan bahwa pengalaman penggunaan yang positif akan mendorong *user satisfaction* yang lebih tinggi, sedangkan pengalaman yang kurang baik akan menurunkan kepuasan pengguna. Karena itu, *user satisfaction* tidak berdiri sendiri, melainkan merupakan hasil dari proses interaksi pengguna dengan sistem yang dinilai dari sisi kualitas dan kegunaannya. Dengan demikian, *user satisfaction* merepresentasikan hasil evaluasi pengguna terhadap performa sistem berdasarkan interaksi langsung yang telah dilakukan.

2.5. Teori *Uses and Gratifications*

Uses and gratifications berkembang dari kajian komunikasi massa pada pertengahan abad ke-20. Akar teori ini diawali pada tahun 1940-an, ketika sejumlah peneliti mulai mempertanyakan anggapan bahwa khalayak merupakan penerima pasif terhadap suatu pesan media massa. Titik awal teori ini diawali oleh penelitian Paul F. Lazarsfeld dan rekannya yang menemukan jika khalayak secara aktif memilih dan menggunakan media sesuai dengan kebutuhan dan tujuan mereka masing-masing. Kemudian teori ini dikembangkan kembali oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevith dalam buku *The Uses of Mass Communication* pada tahun 1974. Kemunculan *uses and gratifications* karena adanya kritikan terhadap *bullet theory* (Teori Peluru) oleh Wilbur Schramm (1930), teori ini memandang audiens sebagai pihak yang pasif serta mudah dipengaruhi oleh isi media. Namun pada teori *uses and gratifications* (UGT) audiens ditempatkan sebagai individu yang aktif dan secara sadar menggunakan media untuk memenuhi berbagai kebutuhan. Fokus utama teori ini bukan lagi pada komunikator atau media, namun pada komunikasi atau audiens itu sendiri, teori ini menunjukkan bahwa setiap

audiens memiliki alasan dan tujuan yang berbeda dalam mengakses media massa (Humaizi, 2018: 1).

Menurut Katz *et al* (dalam Humaizi, 2018: 12-14) memaparkan bahwa *uses and gratifications theory* berlandaskan pada lima asumsi dasar yang menjadi acuan dalam memahami perilaku audiens dalam mengakses media, yaitu:

- a. Khalayak memiliki peran aktif, hal ini menunjukkan bahwa khalayak bukanlah penerima yang pasif. Perilaku konsumsi audiens dapat dilihat berdasarkan tujuan, motivasi, dan kebutuhan pengguna masing-masing.
- b. Khalayak bebas memilih media, yakni menentukan jenis media yang dianggap paling sesuai dengan kebutuhannya. Sehingga, penggunaan media bersifat subjektif dan bervariasi.
- c. Media bukanlah satu-satunya sumber pemuas kebutuhan individu, karena media bersaing dengan berbagai sumber lain diluar media, seperti interaksi sosial.
- d. Tujuan pemilihan media dapat dilihat berdasarkan data yang diberikan oleh audiens. Dalam hal ini, individu dianggap memiliki pemahaman yang cukup dalam mengungkapkan kebutuhan dan kepentingannya.
- e. Pencegahan signifikansi nilai kultural, sehingga konten yang disajikan harus bersifat global dan dapat diterima audiens dari berbagai latar belakang. Hal ini dikarenakan menurut Katz *et al*, kondisi sosial audiens dapat memengaruhi kebutuhan terhadap pola konsumsi media.

Uses and gratifications theory memiliki beberapa keunggulan utama yang relevan dengan penggunaan media di era sekarang. Pertama, UGT memandang khalayak sebagai individu yang aktif dalam memilih media sesuai dengan kebutuhan dan tujuan masing-masing pengguna, hal ini sejalan dengan perkembangan teknologi dan media yang semakin bervariasi, sehingga khalayak semakin cerdas dalam memilih media. Kedua, UGT memandang media merupakan salah satu bagian penting dalam kehidupan sehari-hari, karena media dianggap sebagai sarana interaksi sosial dan pendamping dalam aktivitas manusia. Oleh karena itu, UGT dapat menjelaskan hubungan timbal balik antara khalayak dan media saat ini (Humaizi, 2018: 55).

Dalam *uses and gratifications*, penggunaan media tidak terjadi secara acak melainkan didasari oleh motif dan harapan yang diinginkan sebelum penggunaannya. Kepuasan dalam teori ini tidak hanya dipahami sebagai hasil akhir, melainkan berhubungan dengan kebutuhan awal pengguna dalam mengakses suatu media, sehingga para ahli membagi konsep kepuasan kedalam dua bentuk utama yaitu, *Gratifications Sought* (GS) dan *Gratifications Obtained* (GO). *Gratifications Sought* adalah harapan atau motif yang mendorong pengguna untuk mengakses suatu media, sedangkan *Gratifications Obtained* adalah kepuasan yang dirasakan pengguna setelah mengakses suatu media. Sehingga, jika kepuasan yang diperoleh sama atau lebih besar dari yang diharapkan, maka kebutuhan individu terpenuhi. Sebaliknya, jika lebih rendah maka kebutuhan tersebut tidak terpenuhi (Palmgreen, 2001 dalam Humaizi, 2018: 33-34).

Pada penelitian ini, *uses and gratifications theory* menjadi salah satu landasan utama dalam menilai kualitas informasi yang diberikan ChatGPT-5 versi gratis terhadap tingkat kepuasan pengguna. Sesuai dengan prinsip *uses and gratifications* yang memandang khalayak aktif, pengguna memiliki kemampuan untuk dapat memilih dan memanfaatkan informasi sesuai dengan kebutuhan masing-masing pengguna, kepuasan audiens diperoleh ketika media mampu memenuhi kebutuhan penggunanya. Kualitas informasi yang akurat, relevan, tepat waktu, dan dapat dipercaya juga memainkan peran penting dalam menciptakan kepuasan pengguna itu sendiri. Sebaliknya, apabila tingkat kualitas informasi rendah, maka kebutuhan pengguna tidak terpenuhi secara optimal, yang mengakibatkan menurunnya tingkat kepuasan.

Perkembangan *uses and gratifications* semakin matang ketika Katz *et al*, merumuskan dimensi-dimensi dalam *uses and gratifications theory* yang dapat dinilai melalui berbagai dimensi, yaitu kepuasan kognitif (mencari pengetahuan), afeksi (mengalami emosi), dan sosial (berinteraksi dengan orang lain). Pemenuhan kebutuhan atau kepuasan tersebut berfokus pada pendekatan yang lebih manusiawi, artinya audiens memiliki otonom serta kendali penuh dalam mengakses media sehingga audiens secara bebas menentukan

bagaimana media digunakan dan sejauh mana media memengaruhi diri mereka.

Dengan demikian, tingkat kepuasan pengguna terhadap media dipengaruhi oleh kualitas informasi yang diberikan, sehingga mampu memenuhi kebutuhan secara spesifik pengguna. Dalam konteks teori *uses and gratifications*, pemenuhan kepuasan dapat dipahami melalui dimensi-dimensi yang digunakan untuk mengelompokkan jenis kepuasan audiens. *Uses and gratifications* membagi kepuasan pengguna menjadi tiga dimensi, yaitu kognitif, afeksi, dan sosial. Adapun definisi dari ketiga dimensi dalam penggunaan teori *uses and gratifications* menurut Katz, yaitu (Humaizi, 2018: 24).

2.5.1 Kepuasan Kognitif

Kepuasan kognitif merupakan dorongan seseorang untuk mendapatkan informasi, pengetahuan, dan pemahaman yang lebih mendalam, sebagai Upaya memenuhi rasa ingin tahu serta memahami lingkungan sekitarnya. dalam hal ini tentang penggunaan media internet dalam mencari sumber informasi. Dengan demikian, media seperti ChatGPT berperan penting dalam mendukung proses pemenuhan kebutuhan kognitif, khususnya di kalangan mahasiswa yang berada dalam tahap aktif memperdalam ilmu pengetahuan.

2.5.2 Kepuasan Afeksi

Kepuasan afeksi ialah merujuk pada dorongan seseorang dalam memperoleh pengalaman-pengalaman yang menyenangkan secara emosional ataupun psikologis. Kebutuhan ini bersifat kepuasan emosional seperti kepuasan yang diperoleh melalui interaksi dengan berbagai bentuk media. Contohnya, ChatGPT dimaknai sebagai sarana kebutuhan afeksi, terutama ketika pengguna mencari pengalaman percakapan yang menghibur bagi para pengguna.

2.5.3 Kepuasan Sosial

Kepuasan sosial mencakup dorongan seseorang dalam menjalin, memperkuat, dan mempertahankan hubungan interpersonal dengan orang-orang disekitar, seperti keluarga dan teman. Kebutuhan ini muncul dari naluri manusia yang bersifat sosial dimana manusia saling membutuhkan bantuan sesama dalam kehidupannya. Dalam hal ini, ChatGPT berfungsi sebagai media yang memberikan pengalaman sosial melalui percakapan interaktif berbasis AI, sehingga dapat berkontribusi dalam memenuhi aspek kebutuhan sosial pengguna, khususnya di kalangan mahasiswa dalam dunia digital.

2.6. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung (FISIP)

Keberagaman masyarakat Indonesia tercermin jelas di dalam Provinsi Lampung, yang mana hampir seluruh etnik dan suku di Indonesia dapat ditemui. Dengan keberagaman etnik ini dibutuhkan pembangunan dan tata kelola yang baik agar dapat terus berkembang. Salah satu upaya dalam mengembangkan daerah dan bangsa adalah meningkatkan sumber daya manusia melalui pendidikan. Hal ini sejalan dengan Undang-Undang Dasar 1945 pasal 28C ayat 1 tahun 1945, yang berbunyi “*Setiap orang berhak mengembangkan diri melalui pemenuhan kebutuhan dasarnya, berhak mendapat pendidikan dan memperoleh manfaat dari ilmu pengetahuan dan teknologi, seni, dan budaya, demi meningkatkan kualitas hidupnya dan demi kesejahteraan umat manusia.*” Oleh karena itu, dibutuhkan sistem pendidikan yang mampu menghadapi perkembangan zaman, kemajuan ilmu pengetahuan, dan teknologi.

Menanggapi hal tersebut, Universitas Lampung sebagai salah satu lembaga pendidikan tinggi di Lampung turut berperan aktif dalam mencetak sumber daya manusia yang berkualitas. Salah satu komitmen Unila dalam mengembangkan ilmu pengetahuan ialah mendirikan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik (FISIP), untuk melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi berdasarkan surat keputusan rektor No. 90/KPTS/R/1983 28 Desember 1983.

Kemudian, langkah ini diperkuat dengan terbitnya SK Dirjen Dikti No. 103/DIKTI/Kep/1984 yang menetapkan awal program studi, yakni program studi Sosiologi dan Ilmu Politik sebagai awal berdirinya FISIP di Unila hingga saat ini terdapat 13 program studi termasuk S1, S2, dan D3. Sementara itu, Dekan di lingkungan FISIP diawali oleh pengangkatan Drs. M. Sofie Akrabi, M.A. sebagai dekan pertama FISIP Unila berdasarkan SK Mendikbud RI No. 2158A.2.1.2/KP/1997 pada tahun 1997-2000. Hingga saat ini mahasiswa aktif FISIP Unila angkatan 2022 hingga 2025 berjumlah 4314 Mahasiswa (FISIP, 2025).

Dilansir dari situs resmi FISIP Unila (2025), terdapat visi dari FISIP Unila saat ini yang menjadi pedoman agar tetap terus berkembang, yakni “Pada tahun 2025, FISIP UNILA menjadi Fakultas 10 terbaik di Indonesia.” Kemudian, saat ini terdapat lima komponen dalam misi FISIP Unila, yaitu:

1. Menyelenggarakan pendidikan di bidang ilmu sosial dan politik dalam rangka menghasilkan lulusan yang menguasai ipteks, berintegritas tinggi dan berdaya saing baik di tingkat lokal, nasional maupun internasional.
2. Menyelenggarakan penelitian dan pengembangan di bidang ilmu sosial dan politik untuk mendukung pendidikan dan pengabdian pada masyarakat.
3. Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat berbasis kearifan lokal untuk mendukung masyarakat madani yang harmonis dan sejahtera.
4. Menyelenggarakan organisasi dan tata kelola yang baik berorientasi pada mutu dan kemampuan bersaing.
5. Menyelenggarakan kerjasama dengan stakeholders di tingkat lokal, nasional, dan internasional.

Fokus penelitian ini berlokasi di FISIP Unila, hal ini dikarenakan dalam skala pendidikan tinggi penggunaan ChatGPT sebagai sumber informasi dan referensi telah menjadi fenomena yang berkembang dikalangan mahasiswa. Lingkungan kampus merupakan ruang akademik yang ideal untuk mengamati kualitas informasi dan kepuasan pengguna, mengingat mahasiswa memiliki kebutuhan informasi yang tinggi dan beragam guna mendukung proses

pembelajaran. Selain itu, dalam skala pendidikan tinggi memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data yang lebih terarah dan homogen, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai pola konsumsi dan pemanfaatan ChatGPT di kalangan mahasiswa khususnya dalam mencari sumber informasi dan referensi akademik.

Fenomena ini tidak terlepas dari dinamika perubahan pendidikan di Indonesia, termasuk perubahan kurikulum yang saat ini lebih mendorong mahasiswa untuk dapat lebih berkontribusi secara langsung ke masyarakat. Dewasa ini, kurikulum pendidikan di Indonesia terus mengalami perubahan guna menyesuaikan dengan perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat itu sendiri. Pada tahun 2025 ini, kurikulum yang berlaku ialah Kurikulum Berdampak, yang menekankan pada pengembangan OBE (*Outcome-Based Education*) berbasis *Deep Learning*. Pendekatan OBE memastikan mahasiswa untuk mampu menerapkan teori secara nyata dan *Deep Learning* mendorong mahasiswa untuk dapat lebih kritis dalam memecahkan suatu masalah serta menekankan pada kolaborasi kelompok seperti FGD (*Focus Group Discussion*) berbasis proyek riset (Ditjen Dikti, 2024: 27).

Pemanfaatan AI seperti ChatGPT menjadi elemen penting dalam mendukung kurikulum saat ini. ChatGPT dapat membantu mahasiswa dalam memahami materi secara mendalam dan mempercepat proses pencarian informasi. Hal ini mendorong mahasiswa untuk mengintegrasikan AI ke dalam pembelajaran, baik untuk menyusun ide hingga mengembangkan keterampilan.

2.6.1 Pengertian Mahasiswa

Mahasiswa merupakan individu yang sedang menempuh pendidikan di jenjang perguruan tinggi, baik di universitas, institut, maupun akademi yang berasal dari lembaga pendidikan negeri ataupun swasta (Jaenudin dkk, 2020: 20). Hal ini juga diperkuat dengan adanya pengertian kata mahasiswa yang dilansir dari KBBI, yakni kata mahasiswa memiliki arti seseorang yang sedang belajar di perguruan tinggi. Secara konsep,

mahasiswa merupakan individu yang sedang menempuh jenjang perguruan tinggi dengan rentang usia 18-39 tahun dan memperoleh status karena ikatannya dengan perguruan tinggi tersebut. Mahasiswa merupakan bagian kelompok dari masyarakat yang memperoleh status khusus karena keterikatannya dengan perguruan tinggi, mahasiswa kerap dipandang sebagai individu yang berintelektual dalam lingkungan sosial (Surwono, dalam Yusame dkk, 2022: 8).

Menurut Jaenudin dkk (2020: 21) menjelaskan peran melekat yang dimiliki oleh mahasiswa pada umumnya, yaitu:

1. Mahasiswa berperan dalam mengembangkan kemampuan diri melalui praktik ilmu yang ditekuni sehingga mampu memikul tanggung jawab sebagai seorang yang profesional.
2. Mahasiswa berperan sebagai penghubung antara dunia akademik dan sosial, dalam hal mengidentifikasi dan merumuskan Solusi atas permasalahan yang terjadi di masyarakat.
3. Mahasiswa berperan sebagai agen perubahan yang aktif mendorong transformasi di masyarakat menuju arah yang lebih baik.
4. Mahasiswa diharapkan untuk dapat berperan sebagai seseorang yang mampu mengarahkan perubahan sosial agar tetap dalam kondisi yang kondusif dan berkelanjutan.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswa merupakan individu yang sedang menempuh pendidikan di jenjang perguruan tinggi dan mendapat status khusus dalam masyarakat karena keterikatannya dengan perguruan tinggi tersebut, serta mahasiswa seringkali dianggap sebagai individu yang berintelektual agar mampu menjadi agen perubahan dalam masyarakat menuju arah yang lebih baik.

2.6.2 Karakteristik Mahasiswa

Karakteristik berasal dari kata karakter, yaitu tabiat atau watak yang dimiliki oleh seseorang yang umumnya tetap. Menurut KBBI, karakteristik memiliki definisi sebagai sifat khas sesuai dengan

perwatakan tertentu. Selanjutnya, menurut Usman (1989) karakteristik merujuk pada sifat, pola, dan nilai-nilai yang terbentuk secara berkesinambungan, sehingga perilaku seseorang mejadi lebih konsisten dan mudah dikenali (Hanifah dkk, 2020: 107). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa karakteristik adalah sifat khas yang dimiliki seseorang, mencakup tabiat, pola, dan nilai-nilai yang terbentuk secara berkelanjutan, sehingga perilakunya cenderung konsisten dan mudah dikenali.

Selanjutnya, secara definisi mahasiswa adalah kaum intelektual yang sedang menempuh pendidikan tinggi guna mendapat gelar dan diharapkan menjadi agen perubahan di masa depan. Dengan demikian, karakteristik mahasiswa yang dimaksud dalam penelitian ini adalah ciri khas yang melekat pada mahasiswa meliputi pola pikir kritis, keterbukaan terhadap pengetahuan baru, serta kemampuan beradaptasi dengan perkembangan teknologi.

Mahasiswa sebagai kelompok intelektual umumnya memiliki motivasi belajar yang tinggi, rasa ingin tahu yang besar, dan kecenderungan untuk mencari informasi dari berbagai sumber, termasuk pemanfaatan teknologi digital seperti ChatGPT (Hanifah dkk, 2020: 108). Karakteristik ini membedakan mahasiswa dari kelompok pengguna lainnya, seperti dosen atau masyarakat umum, baik dari segi tujuan penggunaan, intensitas, maupun cara memanfaatkan informasi yang diperoleh.

Maka dapat disimpulkan, karakteristik mahasiswa mencakup pola pikir kritis, rasa ingin tau yang tinggi, keterbukaan terhadap pengetahuan, kemampuan beradaptasi dengan teknologi, dan motivasi belajar yang tinggi. Dalam hal ini, ChatGPT menjadi salah satu media yang relevan bagi mahasiswa dalam meningkatkan kebutuhan akademik.

Dalam hal ini mahasiswa pengguna ChatGPT memiliki ciri khas yang berbeda dari kelompok pengguna lainnya. Mahasiswa, biasanya

menggunakan ChatGPT untuk membantu berbagai kegiatan khususnya yang berkaitan dengan perkuliahan, seperti mencari referensi, memahami materi, membuat kerangka tugas, dan mengembangkan ide penelitian. Mahasiswa cenderung mengharapkan informasi yang akurat, relevan, mudah dimengerti, dan bisa langsung digunakan untuk keperluan akademik. Ciri-ciri ini membuat mahasiswa menjadi kelompok yang tepat untuk diteliti, khususnya untuk melihat pengaruh kualitas informasi ChatGPT-5 versi gratis terhadap kepuasan pengguna.

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Silaen (2018) kuantitatif merupakan suatu prosedur penelitian yang kemudian hasilnya berupa angka dan dianalisis menggunakan statistik deskriptif atau inferensial, sehingga hasil yang didapat akan menjawab hipotesis pada penelitian yang telah ditentukan (Sari dkk., 2022: 13). Selanjutnya, menurut Machli (2021) kuantitatif merupakan penelitian yang beroperasi menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, analisis data, hingga hasil yang nantinya diperoleh (Machali, 2021: 23).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif dalam menjelaskan hasil penelitian yang didapat. Metode deskriptif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk memaparkan hasil data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah diperoleh apa adanya, sehingga dapat membantu memahami hasil data dari suatu penelitian secara lebih mendalam (Sugiyono, 2019: 206).

3.2 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu nilai yang telah ditentukan oleh peneliti sebagai objek kajian. Tujuannya untuk memperoleh informasi yang akurat terkait variabel tersebut, sehingga peneliti dapat menarik kesimpulan berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan (Sugiyono, 2019: 67). Adapun variabel dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. *Independent variable* (variabel bebas) adalah variabel yang berperan sebagai *cause* terjadinya perubahan terhadap variabel dependen/Y dalam suatu penelitian. Pada umumnya variabel bebas pada suatu penelitian

disebut sebagai variabel X. Variabel X dalam penelitian ini adalah kualitas informasi ChatGPT.

2. *Dependent variable* (variabel terikat) adalah variabel yang berperan sebagai *effect* karena adanya variabel independent/X dalam suatu penelitian. Pada umumnya variabel ini disebut sebagai variabel Y. Variabel Y dalam penelitian ini adalah kepuasan pengguna.

3.3 Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan suatu unsur penelitian yang menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti, hal ini juga bertujuan untuk menjelaskan batasan sehingga membantu peneliti dalam menerapkan konsep dalam praktik. Pada penelitian ini, definisi konseptual yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Informasi ChatGPT (X)

Kualitas informasi merupakan karakteristik pada informasi itu sendiri, yang menjadikan suatu data memiliki makna bagi penggunanya dan mampu memberikan kepercayaan dalam proses pengambilan keputusan, kemudian informasi tersebut dapat dimanfaatkan secara optimal dalam berbagai konteks (Suwardjono, dalam Puspitawati, 2001: 152). Dalam hal ini ialah kualitas informasi yang diberikan oleh ChatGPT guna membantu mahasiswa untuk berbagai kegiatan akademik. Menurut DeLone dan McLean (2003: 15) menyatakan terdapat 4 kategori dalam menilai kualitas informasi, yaitu:

- a) *Relevancy* (relevan): Sejauh mana informasi yang disajikan oleh ChatGPT sesuai dengan kebutuhan dan kemanfaatannya bagi pengguna, khususnya mahasiswa FISIP Unila dalam mencari sumber informasi, seperti mengerjakan tugas dan memahami materi. Hal ini berkaitan dengan kemampuan ChatGPT dalam memahami maksud perintah dan memberikan jawaban yang sesuai.
- b) *Accurate* (akurat): Akurasi merujuk pada kebenaran dan kejelasan informasi yang dihasilkan ChatGPT mencerminkan kesesuaian dengan fakta dan data, jika terjadi kesalahan *prompting* oleh

mahasiswa maka jawaban tidak akurat. Informasi yang akurat harus bebas dari kesalahan dan tidak menyesatkan agar tidak terjadi pergeseran makna.

- c) *Timeliness* (tepat waktu): Hal ini merujuk pada kecepatan ChatGPT dalam memberikan respons tanpa adanya keterlambatan.
- d) *Reliable* (dapat dipercaya): Merujuk pada tingkat kepercayaan mahasiswa dalam keandalan informasi terhadap kebenaran, konsistensi, dan kelengkapan informasi yang diberikan oleh ChatGPT. Hal ini mencerminkan seberapa terpercaya informasi tersebut seperti sumber kutipannya sehingga layak dijadikan rujukan.

2. Kepuasan Pengguna (Y)

Secara istilah kepuasan merupakan respons emosional pengguna yang muncul setelah membandingkan harapan dan kenyataan dari penggunaan suatu media (Agung, 2023: 21). Dalam hal ini, kepuasan terhadap ChatGPT timbul akibat ketika informasi atau layanan yang diberikan sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi pengguna.

Pada penelitian ini, kepuasan penggunaan ChatGPT dapat diukur berdasarkan tiga dimensi kepuasan teori *uses and gratifications*, yakni:

- a) **Kepuasan Kognitif:** Hal ini menjelaskan tingkat kepuasan mahasiswa FISIP Unila dalam memperoleh ilmu pengetahuan setelah mengakses ChatGPT. Kepuasan ini tercermin dari sejauh mana ChatGPT memenuhi kebutuhan seperti, mencari informasi, mengerjakan tugas dan memahami materi perkuliahan. Oleh karena itu, kepuasan kognitif menggambarkan hasil terpenuhinya kebutuhan informasi mahasiswa FISIP Unila.
- b) **Kepuasan Afeksi:** Hal ini menjelaskan kebutuhan emosional pengguna setelah mengakses dan berinteraksi dengan ChatGPT, seperti antusiasme, tenang dan kepuasan. Afeksi ini dapat muncul ketika pengguna merasa terbantu karena ChatGPT memberikan jawaban yang cepat dan mudah dipahami.

- c) Kepuasan Sosial: Berkaitan erat dengan bagaimana suatu informasi dari ChatGPT dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa dalam mendukung komunikasi dan kolaborasi akademik, seperti presentasi atau diskusi kelompok.

3.4 Definisi Operasional

Berdasarkan definisi konseptual yang telah dijelaskan pada sub-bab diatas, berikut merupakan definisi operasional pada penelitian ini, yaitu:

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Dimensi	Instrumen	Skala Pengukuran
Kualitas Informasi ChatGPT (X)	<i>Relevancy</i> (relevan) Konsep : Tingkat kesesuaian dan kemanfaatan informasi ChatGPT dengan kebutuhan Mahasiswa.	1. Informasi dari ChatGPT-5 versi gratis sesuai dengan yang dibutuhkan mahasiswa untuk mengerjakan tugas dan bermanfaat dalam mencari referensi. 2. Informasi ChatGPT-5 versi gratis memiliki kemiripan/keterkaitan makna dengan sumber referensi akademik yang relevan lainnya.	Skala <i>Likert</i>
	<i>Accurate</i> (akurat) Konsep : Tingkat kebenaran dan kejelasan informasi ChatGPT	1. Jawaban yang dihasilkan ChatGPT-5 versi gratis sesuai dengan pertanyaan yang diajukan mahasiswa. 2. Informasi yang disampaikan ChatGPT-5 versi gratis akurat dan tidak mengandung kesalahan dari segi isi.	Skala <i>Likert</i>

	yang sesuai dengan fakta dan bebas dari kesalahan.	3. Penjelasan yang diberikan ChatGPT-5 versi gratis mudah dipahami dan tidak menimbulkan kebingungan bagi mahasiswa.	
	<i>Timeliness</i> (tepat waktu) Konsep : Merujuk pada kecepatan ChatGPT dalam merespons <i>prompt</i>	1. ChatGPT-5 versi gratis menyediakan informasi secara cepat dan efisien ketika digunakan. 2. ChatGPT-5 versi gratis memberikan informasi dengan cepat setelah <i>prompt</i> diberikan oleh mahasiswa.	Skala <i>Likert</i>
	<i>Reliable</i> (dapat dipercaya) Konsep : Tingkat kepercayaan terhadap sumber, keandalan, konsistensi, dan kelengkapan informasi ChatGPT.	1. ChatGPT-5 versi gratis menyampaikan informasi yang bersumber dari referensi yang terpercaya. 2. Informasi yang dihasilkan ChatGPT-5 versi gratis memuat penjelasan yang menyeluruh mengenai topik yang dibahas.	Skala <i>Likert</i>
Kepuasan Pengguna ChatGPT (Y)	<i>Cognitive</i> (kognitif)	1. Informasi ChatGPT-5 versi gratis memberikan kepuasan dalam memperoleh pengetahuan	Skala <i>Likert</i>

	<p>Konsep : Tingkat kepuasan mahasiswa dalam memperoleh pengetahuan setelah menggunakan ChatGPT untuk memenuhi kebutuhan informasi akademik.</p>	<p>baru setiap saat digunakan.</p> <p>2. Penggunaan ChatGPT-5 versi gratis mempermudah mahasiswa dalam memahami dan menemukan informasi yang dibutuhkan.</p> <p>3. ChatGPT-5 versi gratis memberikan dorongan positif yang meningkatkan minat belajar mahasiswa.</p>	
	<p><i>Affection</i> (afeksi)</p> <p>Konsep : Kebutuhan emosional pengguna yang muncul setelah berinteraksi dengan ChatGPT, seperti rasa antusias, tenang, dan puas.</p>	<p>1. ChatGPT-5 versi gratis memberikan rasa tenang dan senang karena mampu memberikan jawaban yang membantu mengerjakan tugas dan mencari informasi.</p> <p>2. Informasi dari ChatGPT-5 versi gratis memberikan rasa keyakinan dalam mengerjakan tugas dan mencari informasi.</p>	Skala <i>Likert</i>
	<p><i>Social</i> (sosial)</p> <p>Konsep : Pemanfaatan</p>	<p>1. ChatGPT-5 versi gratis membantu menumbuhkan kepercayaan diri mahasiswa saat</p>	Skala <i>Likert</i>

	informasi ChatGPT untuk mendukung komunikasi dan kolaborasi akademik mahasiswa.	berpartisipasi dalam kegiatan diskusi. 2. Informasi dari ChatGPT-5 versi gratis membantu dalam membangun diskusi dengan teman dan dosen. 3. Informasi ChatGPT-5 versi gratis membantu meningkatkan penilaian positif dari teman atau dosen terhadap hasil tugas yang dikerjakan.	
--	---	--	--

Sumber: Diolah oleh Peneliti (Agustus, 2025)

3.5 Populasi dan Sampel

A. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan elemen yang menjadi cakupan atau sasaran dalam penelitian. Populasi ini mencakup subjek atau objek yang akan diteliti dan memiliki karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Dengan demikian, populasi tidak hanya merujuk pada jumlah dari elemen tersebut, melainkan juga mencakup sifat-sifat yang melekat pada objek atau subjek penelitian (Sugiyono, 2019: 126).

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa FISIP Universitas Lampung S1 angkatan 2022 hingga 2025 hal ini dikarenakan mahasiswa pada angkatan tersebut merupakan mahasiswa yang masih aktif dalam mengikuti kegiatan perkuliahan dan berkaitan erat dengan pengguna aktif ChatGPT-5. Dilansir dari data FISIP Unila (Agustus, 2025), saat ini mahasiswa aktif FISIP Unila S1 angkatan 2022 hingga 2025 berjumlah 4314 Mahasiswa. Namun, angka ini belum bisa memastikan bahwa seluruh populasi merupakan pengguna aktif ChatGPT-5 versi gratis, oleh

karena itu data akan direduksi dengan penarikan sampel yang memenuhi kriteria.

B. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang telah ditentukan sebelumnya dan memiliki ciri dan karakteristik yang sama dengan populasi. Banyaknya populasi dari suatu penelitian tidak memungkinkan untuk diteliti secara menyeluruh, hal ini bisa disebabkan karena keterbatasan waktu, tenaga, atau biaya. Oleh karena itu, peneliti dapat menganalisis sampel sebagai perwakilannya saja. Data dari sampel inilah yang nantinya akan menjadi hasil dari penelitian, penting bagi sampel untuk mencerminkan karakteristik populasi yang akurat (Sugiyono, 2019: 127).

Penelitian ini kemudian akan menggunakan teknik *proportional random sampling*. *Proportional random sampling* adalah teknik pengambilan sampel *probability* di mana peneliti memilih responden secara acak tanpa mempertimbangkan strata pada populasi yang kemudian disesuaikan secara proposional berdasarkan subkelompok yang telah ditentukan (Sugiyono, 2019: 129). Adapun karakteristik pada sampel, yaitu mahasiswa FISIP Unila S1 angkatan 2022 hingga 2025 yang pernah atau aktif dalam menggunakan ChatGPT-5 versi gratis sebagai alat bantu mencari informasi atau referensi. Untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan, peneliti menggunakan rumus *Slovin* dalam menentukan ukuran sampel dari populasi. Berikut merupakan pemaparan rumus *Slovin* pada penelitian ini sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n: Total sampel

N: Total populasi

e: Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*), pada penelitian ini adalah 10%

Maka:

$$n = \frac{4314}{1 + 4314(0,1)^2}$$

$$n = 97,7 = 98 \text{ orang}$$

Selanjutnya, dalam menentukan jumlah sampel masing-masing stratum yang ada di S1 FISIP Unila, perhitungan ini dilakukan agar distribusi responden pada setiap jurusan dapat proporsional dan mewakili populasi. Adapun rumus yang digunakan dalam menentukan jumlah stratum sampel, yaitu:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n \quad (\text{Riduwan dan Kuncoro, 2012; 49})$$

Keterangan:

- n_i : Jumlah sampel stratum
 N_i : Jumlah populasi stratum
 N : Jumlah populasi
 n : Jumlah sampel

Dengan rumus tersebut, maka diperoleh jumlah sampel masing-masing jurusan, yaitu:

Tabel 3.2 Data Sampel Penelitian Mahasiswa FISIP Unila

Jurusan	Mahasiswa	Sampel	Jumlah
Sosiologi	616	$616/4314 \times 98 = 13.9$	14
Ilmu Pemerintahan	708	$708/4314 \times 98 = 16.0$	16
Ilmu Komunikasi	775	$775/4314 \times 98 = 17.6$	18
Administrasi Negara	774	$774/4314 \times 98 = 17.5$	18
Administrasi Bisnis	760	$760/4314 \times 98 = 17,2$	17
Hubungan Internasional	681	$681/4314 \times 98 = 15,4$	15
Jumlah	4314		98

Sumber: FISIP Universitas Lampung (2025)

Selanjutnya dalam proses mengumpulkan data, responden diperoleh dengan cara menghubungi beberapa responden awal yang kemudian merekomendasikan responden lain yang sesuai dengan kriteria penelitian. Teknik ini dilakukan hingga jumlah responden pada masing-masing jurusan dapat terpenuhi. Pendekatan ini dilakukan untuk mempermudah peneliti dalam menemukan responden, terutama karena keterbatasan akses terhadap data kontak seluruh mahasiswa S1 FISIP Unila di setiap jurusan.

Berkaitan dengan kriteria responden, perlu dipahami bahwa layanan ChatGPT merupakan sistem yang berbasis platform yang diperbarui secara terpusat oleh developer tanpa adanya instalasi ulang (Park *et al*, 2025). Umumnya, pengguna yang mengakses ChatGPT versi gratis menggunakan model yang tersedia secara otomatis dalam hal ini GPT-5. Oleh karena itu, responden dalam penelitian ini diasumsikan menggunakan ChatGPT-5 versi gratis yang tersedia pada platform tersebut ketika pengumpulan data berlangsung.

3.6 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui angket, wawancara, observasi, atau lainnya. Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dan diperoleh secara tidak langsung, biasanya didapat melalui orang lain (Sugiyono, 2019: 194). Data yang diperoleh nantinya akan dipisahkan menjadi data primer dan data sekunder, berikut merupakan data primer dan data sekunder dalam penelitian ini, yaitu:

1) Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan dan diperoleh secara langsung oleh peneliti. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa S1 FISIP Universitas Lampung.

2) Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui sumber eksternal atau penelitian terdahulu lainnya yang relevan, seperti buku, jurnal, website, dan sumber literatur lainnya.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian sangatlah penting untuk dilakukan karena salah satu tujuan dari penelitian adalah mendapatkan data yang valid agar dapat menggambarkan kondisi yang sebenarnya terjadi (Hardani, 2020: 120). Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini, sebagai berikut:

1) Kuesioner

Kuesioner adalah metode dalam pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan sekumpulan pertanyaan atau pernyataan kepada responden. Teknik ini cocok digunakan apabila jumlah responden cukup banyak dan tersebar di berbagai lokasi yang luas. Kuesioner dapat disusun dalam bentuk pertanyaan terbuka ataupun tertutup dan dikirim melalui berbagai media, contohnya *Google Form* (Sugiyono, 2019: 199).

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Teknik ini dinilai cukup efektif dalam mengumpulkan data dari responden yang jumlahnya cukup banyak, yakni mahasiswa FISIP Unila. Teknik ini dapat membantu peneliti dalam memperoleh informasi secara langsung terkait tingkat kepuasan mahasiswa FISIP Unila terhadap kualitas informasi yang diperoleh melalui penggunaan ChatGPT. Pertanyaan dalam kuesioner disusun berdasarkan kategori dari masing-masing variabel yang telah ditentukan sebelumnya dan disusun dalam bentuk skala *Likert* agar memudahkan analisis data secara kuantitatif.

Skala *Likert* merupakan teknik yang digunakan untuk menilai atau mengukur item pada variabel penelitian, dengan skala *Likert* peneliti dapat mengukur sikap atau persepsi responden tentang isu sosial yang sedang

diteliti. Teknik ini memudahkan peneliti dalam mengolah dan menganalisis data secara statistik. Skala penelitian ini akan menggunakan 4 poin yang bertujuan untuk mendorong responden agar memberikan penilaian yang lebih jelas terhadap setiap pertanyaan yang diberikan tanpa adanya pilihan “Netral.” Pendekatan ini dilakukan guna memperoleh data yang lebih akurat dalam mengukur tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas informasi dari penggunaan ChatGPT. Adapun pemberian skor pada skala *Likert* yang dimaksud, yaitu:

Tabel 3.3 Pedoman Pemberian Skor

Pernyataan	Skor Positif
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono, 2019: 147

3.8 Teknik Pengolahan Data

Setelah kuesioner disebar melalui Gform dan hasil data diperoleh, kemudian tahap selanjutnya adalah pengolahan data melalui serangkaian tahapan, yaitu:

1) *Editing*

Tahapan ini merupakan proses memeriksa data yang telah diperoleh melalui penyebaran kuesioner untuk memastikan kelengkapan dan kejelasan hasil dari responden.

2) *Coding*

Tahapan ini adalah proses pemberian kode atau simbol angka pada jawaban responden dalam kuesioner agar memudahkan pengolahan data secara statistik.

3) *Tabulating*

Tahapan ini merupakan proses menyusun data yang telah di-*coding* ke dalam tabel agar lebih sistematis dan dapat dengan mudah untuk dibaca.

Tujuannya adalah untuk memudahkan penelitian dalam melihat pola atau kecenderungan jawaban responden sebelum dilakukan analisis lebih lanjut.

3.9 Teknik Pengujian Instrumen

1) Uji Validitas

Uji validitas adalah tingkat kesamaan antara data yang diperoleh dengan kondisi nyata dari objek penelitian. Validitas sangat berkaitan erat dengan keakuratan konsep dan konstruk yang diukur (Hardani dkk, 2020: 198). Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan pada mahasiswa S1 FISIP Unila dengan jumlah responden 30 orang. Pemilihan ini bertujuan agar karakteristik responden yang digunakan dalam pengujian instrumen memiliki kesamaan dengan karakteristik populasi penelitian, baik dari segi latar belakang akademik maupun lingkungan pembelajaran. Namun, responden yang digunakan dalam uji validitas ini tidak termasuk dalam sampel penelitian utama nantinya.

Instrumen yang digunakan dalam memperoleh data adalah kuesioner, kemudian akan disebarakan kepada responden. Validitas ini digunakan untuk mengukur sejauh mana pertanyaan dalam kuesioner mampu mengukur variabel secara akurat. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan mengkorelasikan setiap item pertanyaan terhadap total skor dari masing-masing variabel dengan nilai signifikansi yakni 5%.

Metode yang digunakan adalah korelasi *Pearson Product Moment* apabila nilai korelasi dari item pernyataan menunjukkan hubungan yang positif, maka dinyatakan valid dan layak digunakan dalam mengukur variabel yang dimaksud. Proses analisis serta perhitungannya dilakukan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 24.0. Instrumen tersebut dikatakan valid apabila:

- a) Apabila $R_{hitung} > R_{tabel}$, maka item akan dinyatakan valid.
- b) Apabila $R_{hitung} < R_{tabel}$, maka item akan dinyatakan tidak valid.

Selanjutnya, agar mempermudah proses penelitian dan menghindari pengambilan data yang berulang, instrumen kuesioner pada tahap uji validitas digandakan sehingga setiap *item* memiliki dua butir pertanyaan yang setara. Dari total 17 *item* awal, instrumen kemudian diperluas menjadi 34 *item* dengan tujuan memperoleh variasi butir yang lebih banyak untuk dibandingkan tingkat validitasnya.

Setelah dilakukan uji validitas, masing-masing pasangan item dibandingkan berdasarkan nilai r hitung, dan dipilih satu item dengan nilai validitas tertinggi sebagai representasi *item* yang paling layak digunakan. Sehingga, jumlah item kembali menjadi 17, namun seluruhnya merupakan butir dengan kualitas validitas terbaik, sehingga instrumen yang digunakan dalam penelitian lebih efektif, efisien, dan memiliki kekuatan ukur yang lebih baik.

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengukur instrumen dan objek penelitian yang sama secara konsisten. Instrumen penelitian dinilai memiliki reliabilitas tinggi apabila mampu menghasilkan data yang relatif serupa meskipun dilakukan oleh orang yang berbeda. Dengan kata lain, instrumen yang memiliki reliabilitas tinggi disebut sebagai alat ukur yang reliabel karena mampu memberikan hasil yang stabil dan dapat dipercaya, sehingga dapat digunakan untuk mengukur konsistensi alat ukur dengan penelitian kuantitatif (Widodo dkk, 2023: 60).

Pada penelitian ini, rumus yang digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian menggunakan rumus koefisien *Alpha-Cronbach* dan dihitung menggunakan aplikasi SPSS 24.0. dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika *Cronbach alpha* $> 0,6$ maka data tersebut dikatakan reliabel.
- b. Jika *Cronbach alpha* $< 0,6$ maka data tersebut dikatakan tidak reliabel.

3.10 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan setelah semua data diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan sumber lain yang terkumpul. Proses ini bertujuan untuk mengolah data agar menghasilkan informasi yang lebih jelas dan mudah dipahami, sehingga memudahkan peneliti dalam menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis penelitian (Sugiyono, 2019: 320).

A) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data pada setiap variabel memiliki distribusi yang normal. Penelitian ini akan menggunakan uji *One-Sample Kkolmogorov-Smirnov* dalam mengukur tingkat normalitas data nantinya. Model regresi dikatakan baik apabila memenuhi asumsi normalitas, yang dapat dilihat melalui analisis grafik serta uji statistik yang sesuai. Terdapat ketentuan dalam uji normalitas ini, yaitu:

1. Jika nilai signifikansi atau probabilitas $>0,05$, maka hipotesis diterima karena data memiliki distribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi atau probabilitas $<0,05$, maka hipotesis ditolak karena distribusi dianggap tidak normal (Sahir, 2021: 69).

B) Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana merupakan bentuk analisis yang melibatkan dua variabel, yakni variabel bebas dan variabel terikat. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bebas terhadap variabel terikat (Sahir, 2021: 51). Adapun rumus analisis regresi linier sederhana ini, yaitu:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y : Variabel dependen

a : Konstanta

b : Koefisiensi regresi

X : Variabel independent

C) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui tingkat seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dalam suatu penelitian. Semakin besar nilai variabel X dapat mempengaruhi variabel Y, maka semakin tinggi nilai R^2 -nya (Sugiyono, 2019: 248). Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung uji determinasi:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd : Koefisien determinasi

r^2 : Kuadrat koefisien korelasi

100% : Presentase penggali

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) akan menunjukkan seberapa besar presentase pengaruh variabel X (Kualitas Informasi ChatGPT) terhadap variabel Y (Kepuasan Pengguna).

D) Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan dalam menguji kebenaran suatu pernyataan berdasarkan analisis statistik, sehingga dapat menentukan apakah pernyataan tersebut diterima atau ditolak (Sugiyono, 2019: 209). Kemudian, rumus pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji T dengan taraf signifikansi sebesar 0,05, yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

$$t = r \frac{\sqrt{n - r}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Keterangan:

t : Statistik t dengan drajat kebebasan (dk) = n-1

r : Koefisien korelasi yang ditemukan

n : Banyaknya data

Kriteria dalam pengambilan keputusan hipotesis penelitian ini, yaitu:

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan antar variabel yang diteliti.
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antar variabel yang diteliti.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dimulai dengan pelaksanaan uji validitas dan reliabilitas instrumen pada tanggal 23–27 Februari 2026 kepada 30 mahasiswa S1 FISIP Universitas Lampung di luar sampel penelitian utama. Setelah instrumen dinyatakan valid dan reliabel, peneliti melanjutkan dengan penyebaran kuesioner secara daring melalui *Google Form* kepada mahasiswa S1 FISIP Unila angkatan 2022–2025. Pengumpulan data berlangsung dari tanggal 29 November hingga 16 Desember 2025. Dengan menggunakan teknik *proportional random sampling*, terkumpul 98 responden yang tersebar secara proporsional di enam jurusan. Selanjutnya, data yang terkumpul diolah menggunakan IBM SPSS 24 melalui serangkaian uji, yaitu uji normalitas, uji regresi linier sederhana, uji koefisien determinasi (R^2), dan uji hipotesis (uji T). Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut, diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Sebagian besar responden (76,5%) menggunakan ChatGPT-5 versi gratis dengan frekuensi menengah hingga tinggi ≥ 3 kali dalam satu minggu, dan 74,5% telah menggunakannya ≥ 6 bulan (40,8%). Hal ini mencerminkan aspek *uses* yang merupakan manifestasi dari motivasi mahasiswa untuk memperoleh kemudahan dalam mengerjakan tugas, mencari referensi, dan mendukung diskusi. Dalam teori *uses and gratifications*, kepuasan yang diperoleh tercermin dari tingginya dimensi *cognitive* (80%), *affection* (81,1%), dan *social* (80,8%). Sementara itu, dalam model DeLone & McLean (2003), kualitas informasi yang baik; yang dalam penelitian ini terdiri atas indikator *relevancy* (82,2%), *accurate* (79%), *timeliness* (82,0%), dan *reliable* (79,8%) akan melahirkan *user satisfaction* sebagai respons evaluatif

terhadap keluaran sistem informasi. Dengan demikian, aspek *use* dalam *uses and gratifications* ini sekaligus merupakan manifestasi dari *gratifications sought*, yaitu harapan awal mahasiswa untuk mendapatkan kemudahan dalam mengerjakan tugas, mencari referensi, dan berdiskusi. Sementara dalam model DeLone & McLean, aspek *use* diposisikan sebagai konteks awal yang memungkinkan pengalaman penggunaan terjadi. Ketika penggunaan yang tinggi ini berpadu dengan kualitas informasi ChatGPT-5 versi gratis yang baik, maka akan menghasilkan kepuasan optimal bagi mahasiswa dalam menyelesaikan persoalan akademik.

2. Selanjutnya, hasil uji regresi menunjukkan bahwa kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna ($Y = 2,840 + 0,793X$). Nilai R^2 sebesar 85,9% menjelaskan variasi kepuasan dijelaskan oleh kualitas informasi, sedangkan 14,1% lainnya dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis (t hitung 24,147 > t tabel 1,660; Sig. <0,05) menegaskan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Semakin baik kualitas informasi, semakin tinggi kepuasan mahasiswa. Mahasiswa disarankan tetap kritis dan melakukan verifikasi ulang terhadap informasi dari ChatGPT-5 versi gratis.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, penulis mengajukan beberapa saran yang diperhatikan dan mungkin dapat digunakan sebagai bahan referensi selanjutnya, yakni:

1. Mahasiswa diharapkan dapat memanfaatkan ChatGPT-5 versi gratis sebagai alat bantu pendukung kegiatan akademik, khususnya dalam mencari referensi awal, memahami materi, serta mengerjakan tugas. Namun, mahasiswa tetap perlu menerapkan sikap kritis dan selektif dengan melakukan verifikasi ulang terhadap sumber ilmiah yang kredibel, seperti jurnal dan buku akademik, agar informasi yang digunakan tetap valid dan sesuai dengan kaidah akademik.

2. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain di luar kualitas informasi, seperti *ease of use*, *trust*, atau *user experience*, mengingat masih terdapat faktor lain yang memengaruhi kepuasan pengguna. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan metode penelitian yang berbeda atau objek penelitian yang lebih luas agar memperoleh hasil yang lebih komprehensif

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ditjen Dikti. (2024). *Panduan Penyusunan Kurikulum Pendidikan Tinggi Mendukung Merdeka Belajar-Kampus Merdeka Menuju Indonesia Emas*. Jakarta: Ditjen Dikti
- Eriana, E., & Zein, A. (2023). *Artificial Intelligence (AI)*. Purbalingga: Eureka Media Aksara
- Ghozali, I. (2016) *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardani., Auliya, N., Andriani, H., Fardani, R., Ustiawaty, J., Utami, E., ... Istiqomah, R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group
- Humaizi. (2018). *Uses and Gratifications Theory*. Medan: USU Press
- Irwanto., Nasution, E., Yulia, P., Pradypta, P., Nastiti, T., Wahjusaputri, S., ... Zhuhra, R. (2025). *Artifisial Intelegensi (AI) Terhadap Dunia Pendidikan, Positif Atau Negatif*. Purbalingga: Eureka Media Aksara
- Jamaaluddin., & Sulistyowati, I. (2021). *Buku Ajar Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence)*. Sidoarjo: UMSIDA PRESS
- Jaenudin, R., Chotimah, U., Wargadalem, F., Kantoul, A., & Musa, M. (2020). *Sikap Mahasiswa Universitas Sriwijaya dan Omdurman Islamic University Terhadap Permasalahan Sosial: Penelitian di Indonesia dan Sudan*. Palembang: Bening Media Publishing
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Puspitawati, L. (2021). *Sistem Informasi Akuntansi: Kualitas dan Faktor Lingkungan Organisasi yang Mempengaruhi*. Bandung: Rekayasa Sains
- Rachbini, W., Evi, T., & Suyanto. (2023). *Pengenalan ChatGPT Tips dan Trik bagi Pemula*. Banten: CV. AA RIZKY

- Rifky, S., Kharisma, L., Afendi, A., Zulfa, I., Napitupulu, S., Ulina, M., ... Rizal, A. (2024). *Artificial Intelligence (Teori dan Penerapan AI di Berbagai Bidang)*. Jambi: SONPEDIA
- Kuncoro, A., Engkos., & Riduwan. (2012). *Análisis jalur (Path Análisis)*, (Edisi ke-2). Bandung: Alfabeta
- Sari, A., Dahlan., Tuhumury, R., Prayitno, Y., Siegers, W., Supiyanto., & Werdhani, A. (2023). *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. Jayapura: CV. Angkasa Pelangi
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sahir, S. (2021). *Metodologi Penelitian*. Medan: Penerbit KBM Indonesia
- Subiyantoro, S. (2024). *Buku Ajar Artificial Intelligence*. Klaten: Underline
- Sutabri, T. (2012). *Analisis Sistem Informasi*. Jakarta: CV Andi Offset
- Syafrina, A. (2022). *Komunikasi Massa*. Jatinangor: CV. Mega Press Nusantara
- Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L., Rusdi., Khairunnisa., Lestari, S., ... Rogayah. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian*. Pangkalpinang: CV. Science Techno Direct

Jurnal

- Alkaissi, H., & McFarlane, S. (2023). Artificial Hallucinations in ChatGPT: Implications in Scientific Writing. *Cureus*, 15(2), 3. Retrieved from <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/36811129/>
- Agung, R. A., Kurniawan, A. P., & Juru, P. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Borwita Citra Prima Maumere. *Jurnal Penelitian Mahasiswa*, 3(1), 21. Retrieved from <https://ejournal-nipamof.id/index.php/Projemen/article/view/42/76>
- Angkoso, S., Rahmanto, A., & Slamet, Y. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Informasi Pelayanan Bidang Akademik kepada Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 1(2), 238. Retrieved from <https://jurnal.unpad.ac.id/manajemen-komunikasi/article/view/9563/pdf>

- Buçinca, Z., Malaya, M. B., & Gajos, K. Z. (2021). To Trust or To Think: Cognitive Forcing Functions Can Reduce Overreliance on AI in AI-Assisted Decision-Making. 5(1), 3. Retrieved from <https://arxiv.org/abs/2102.09692>
- Black, R., & Tomlinson, B. (2025). University Students Describe How They Adopt AI for Writing and Research in a General Education Course. *Scientific Reports*, 9. Retrieved from <https://www.nature.com/articles/s41598-025-92937-2>
- Buruk, O. (2023). Academic Writing with GPT-5: Reflections on Practices, Efficiency and Transparency. *ArXiv preprint*, 2. Retrieved from <https://arxiv.org/abs/2304.11079>
- DeLone, W., & McLean, E. (2003). The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. *Management Information Systems*, 19(4), 15. Retrieved from <https://eli.johogo.com/Class/p7.pdf>
- Deng, J., & Lin, Y. (2022). The Benefits and Challenges of ChatGPT: An Overview. *Frontiers in Computing and Intelligent Systems*, 2(2), 81-82. Retrieved from <https://drpress.org/ojs/index.php/fcis/article/view/4465>
- Dwivedi, Y., Kshetri, N., Hughes, L., Slade, E., Jeyaraj, A., Kar, A., ... Wright, R. (2023). *International Journal of Information Management*. *International Journal of Information Management*, 71, 102642. Retrieved from <https://dl.acm.org/doi/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102642>
- Febrina, R., Salamah, U., & Sakinah, G. (2024). Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 10 (1), 14. Retrieved from <https://journal.uniga.ac.id/index.php/JK/article/view/3703>
- Hulukati, W., & Djibran, M. (2018). Analisis Tugas Perkembangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Bikotetik*, 02(1), 74-75. Retrieved from <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jbk/article/view/1787>
- Hanifah, H., Susanti, S., & Adji, A. (2020). Perilaku dan Karakteristik Peserta Didik berdasarkan Tujuan Pembelajaran. *Jurnal Manajemen dan Ilmu Pendidikan*, 2(1), 107-108. Retrieved from <https://ejournal.stitpn.ac.id/index.php/manazhim/article/view/638>
- Hamkins, J., & Yang, R. (2013). *Satisfaction Is Not Absolute. The Review of Symbolic Logic*. Retrieved from <https://www.cambridge.org/core/journals/review-of-symbolic-logic/article/satisfaction-is-not-absolute>.

- Isnaini, M., Sofwan, M., & Habibi, A. (2023). Pendekatan *Uses and Gratifications Theory* pada Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Sekolah Dasar. *Journal on Education*, 5(4), 13648. Retrieved from <https://jonedu.org/index.php/joe/article/view/2375>
- Joshi, I., Budhiraja, R., Dev, H., Kandia, J., Ataulah, M., Mitra, S., ... Kumar, D. (2024). ChatGPT in the Classroom: An Analysis of Its Strengths and Weaknesses for Solving Undergraduate Computer Science Questions. *Journal of Technical Symposium*, 1(1), 629. Retrieved from <https://arxiv.org/abs/2304.14993>
- Kabir, S., Kou, B., Imeh, D., & Zhang, T. (2024). Is Stack Overflow Obsolete? An Empirical Study of the Characteristics of ChatGPT Answers to Stack Overflow Questions. *Journal of Computing System*, 24(5), 2. Retrieved form <https://dl.acm.org/doi/10.1145/3613904.3642596>
- Meiriza, M., Sembiring, G., Sitorus, M., Wardana, V., & Sakinah, N. (2024). Pengaruh Penggunaan AI terhadap Minat Belajar di Kalangan. *Journal of Education and Learning Evaluation*, 1(2), 5. https://www.researchgate.net/publication/386360560_Pengaruh_Penggunaan_AI_terhadap_Minat_Belajar_di_Kalangan_Mahasiswa_Studi_Kasus_pada_Generasi_Z
- Molla, C., Mani, L., Bhuiyan, M., & Hossain, R. (2023). Examining the Potential Usages, Features, and Challenges of Using ChatGPT Technology: A PRISMA-Based Systematic Review. *Migration Letters*, 20(9), 932. Retrieved from <https://migrationletters.com/index.php/ml/article/view/4918>
- McKinny, V., Yoon, K., & Zahedi, F. (2002). *The Measurement of Web-Customer Satisfaction: An Expectation and Disconfirmation Approach*. *Information Systems Research*, 13(3), 306. Retrieved from https://www.academia.edu/40130430/The_Measurement_of_Web_Customer_Satisfaction_An_Expectation_and_Disconfirmation_Approach
- Nurhakiki, J., & Yahfizam, Y. (2024). Studi Kepustakaan: Pengenalan 4 Algoritma Pada Pembelajaran Deep Learning Beserta Implikasinya. *Jurnal Pendidikan Berkarakter*, 2(1), 272. Retrieved from <https://www.semanticscholar.org/paper/Studi-Kepustakaan%3A-Pengenalan-4-Algoritma-Pada-Deep-Learning-Beserta-Implikasinya>
- Nurwanda., Suarna, N., & Prihartono, W. (2024). Penerapan NLP (*Natural Language Processing*) dalam Analisis Sentimen Pengguna Telegram di Playstore. *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika*, 8(2), 1841. Retrieved from <https://ejournal.itn.ac.id/jati/article/view/8469>

- Nursyam. (2023). Tingkat Pengetahuan Siswi SMA Negeri 1 Teupah Barat tentang Manfaat Konsumsi Tablet Fe. *Jurnal Kesmas Prima Indonesia*, 7(1), 37. <https://jurnal.unprimdn.ac.id/index.php/JKPI/article/view/3405>
- Nuryanti, Y., Hutagalung, D., Nadeak, M., Abadiyah, S., & Novitasari, S. (2021). *Understanding the Links between System Quality, Information Quality, Service Quality, and User Satisfaction in the Context of Online Learning. Journal of Social and Management Studies*, 2(4), 61. Retrieved from <https://ijosmas.org/index.php/ijosmas/article/view/51>
- Padaniah, N., & Haryono. (2021). Perspektif Sosiologi Ekonomi Dalam Pemutusan Hubungan Kerja Karyawan Perusahaan Di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 3(1), 5. Retrieved from <https://garuda.kemdiktisaintek.go.id/documents/detail/2071556>
- Rukmiyati, N., & Budiarta, I. (2016). Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi dan *Percieved Usefulness* pada Kepuasan Pengguna Akhir *Software* Akuntansi (Studi Empiris pada Hotel Berbintang di Provinsi Bali). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(1), 118. https://www.academia.edu/100244256/Pengaruh_Kualitas_Sistem_Informasi_Kualitas_Informasi_dan_Perceived_Usefulness_terhadap_Kepuasan_End_User_Software_Akuntansi
- Sikumbang, A., Rahmawati, A., & Hamdani, T. (2025). Pengaruh Penggunaan ChatGPT terhadap Efektivitas Komunikasi Interpersonal dalam Diskusi Akademik Mahasiswa Komunikasi Digital Dan Media Sekolah Vokasi IPB. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(5), 450. Retrieved from <https://al-haramjournal.id/index.php/J-CEKI/article/view/9697>
- Setyohadi, D. (2015). Study Awal: Personalisasi Afeksi E-Learning berbasis Uses Experience. *Jurnal Sistem Informasi dan Bisnis Cerdas*, 8(1), 85. Retrieved from <https://e-journal.uajy.ac.id/15384/>
- Tamimi, F., & Munawaroh, S. (2024). Teknologi Sebagai Kegiatan Manusia Dalam Era Modern Kehidupan Masyarakat. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 2(3), 67. Retrieved from <https://journal.artei.or.id/index.php/Saturnus/article/view/157>
- Viorennita, A., Dewi, L., & Riyana, C. (2023). The Role of ChatGPT AI in Student Learning Experience. *Journal Multidisciplinary Research*, 3(2), 449. Retrieved from <https://ejournal.upi.edu/index.php/IJOMR/article/view/60882/23593>

- Wara, L., Kalangi, L., & Gamaliel, H. (2021). Pengujian Model Kesuksesan Sistem Informasi DeLone dan McLean pada Sistem Aplikasi Pemeriksaan (SIAP) di Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia Perwakilan Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Riset Akuntansi dan Auditing "GOODWILL"*, 12(1), 2. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/goodwill/article/view/31885>
- Wijoyo, A., Saputra, A., Ristanti, S., Sya'ban, S., Amalia, M., & Febriansyah, R. (2024). Pembelajaran Mechine Learning. *OKTAL: Jurnal Ilmu Komputer dan Science*, 3(2), 376. Retrieved from <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/oktal/article/view/2305>
- Wixom, B., & Todd, P. (2005). *A Theoretical Integration of User Satisfaction and Technology Acceptance*. *Information Systems Research*, 16(1), 100. Retrieved from <https://pubsonline.informs.org/doi/10.1287/isre.1050.0042>
- Yusame, C., Rumampuk, S., & Mulianti, T. (2022). Perilaku Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas SAM Ratulangi dalam Menghadapi Kuliah *Online* saat Pandemi COVID-19. *Jurnal Holistik*, 15(2), 8. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/holistik/article/view/41577>
- Zhai, C., Wibowo, S., & Li, L. (2024). The Effects of Over-Reliance on AI Dialogue Systems on Students' Cognitive Abilities: A Systematic Review. *Smart Learning Environments*, 11(28), 23. Retrieved from <https://doi.org/10.1186/s40561-024-00316-7>

Internet

- Annur, C. M. (2023, Juni 26). *Survei: ChatGPT Jadi Aplikasi AI Paling Banyak Digunakan di Indonesia*. Retrieved from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2023/06/26/survei-chatgpt-jadi-aplikasi-ai-paling-banyak-digunakan-di-indonesia>
- Digital Education Council. (2024, Agustus 2). *Digital Education Council Global AI Student Survey 2024*. Retrieved from <https://www.digitaleducationcouncil.com/post/digital-education-council-global-ai-student-survey-2024>
- Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. (n.d.). *Visi dan Misi*. Retrieved from <https://fisip.unila.ac.id/visi-misi/>
- Fauzan, R. (2025, Mei 30). *30% Masyarakat Indonesia Tidak Percaya Berita Buatan AI*. Retrieved from <https://teknologi.bisnis.com/read/20250530/84/1881153/30-masyarakat-indonesia-tidak-percaya-berita-buatan-ai>

- Kapuściński, M. (2024, Juni 11). *Evolution of AI: From GPT-1 to GPT-4o – Key Features, Milestones, and Applications*. Retrieved from <https://tms.com/my/evolution-of-ai-from-gpt-1-to-gpt-4o-key-features-milestones-and-applications/>
- Leviim, A. (2026). *ChatGPT Limits Explained: Messages, Tokens & Rate Limits (2026)*. Retrieved from https://www.ai-toolbox.co/chatgpt-management-and-productivity/chatgpt-limits-messages-tokens-rate-2026?utm_source=chatgpt.com
- Park K., Wiggers, K., Corral, C., & Stringer, A. (2025). *ChatGPT: A 2025 timeline of updates to OpenAI's text-generating chatbot*. Retrieved from https://techcrunch.com/2025/12/22/chatgpt-everything-to-know-about-the-ai-chatbot/?utm_source=chatgpt.com
- Ricard, J. (2023). *Supercharging Collaboration: Leveraging ChatGPT for Dynamic Group Presentations in the Diverse Ideas Generator*. Retrieved from <https://devset.ai/blog/supercharging-collaboration-leveraging-chatgpt-for-dynamic-group-presentations-in-the-diverse-ideas-generator>
- Singh, S. (2025, April 16). *ChatGPT Statistics (2025): DAU & MAU Data Worldwide*. Retrieved from Demandsage <https://www.demandsage.com/chatgpt-statistics/>
- Stryker, C., & Kavlakoglu, E. (2024, Agustus 9). *What Is Artificial Intelligence (AI)?* Retrieved from <https://www.ibm.com/think/topics/artificial-intelligence>

Skripsi

- Annisa, A. (2024). *Persepsi Mahasiswa terhadap Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) ChatGPT sebagai Sumber Informasi Tugas Kuliah*. Fakultas Dakwah, 73
- Fazira, A. (2024). *Pengaruh Penggunaan ChatGPT terhadap Kualitas Informasi pada Mahasiswa FISIPOL Universitas Medan Area*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 94
- Hakim, M. (2017). *Pengaruh Aspek Kognitif dan Kualitas Informasi terhadap Pemanfaatan Informasi Online*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 114

Oktaviany, F. (2023). Representasi Diri Mahasiswi Berjilbab dalam Perspektif Teori Dramaturgi Erving Goffman (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Dakwah Angkatan 2019 UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto). Fakultas Dakwah, 7