

**BAB II**  
**KAJIAN PUSTAKA,**  
**KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS**

**2.1. Kajian Pustaka**

**2.1.1. *Review* Penelitian Sejenis**

*Review* penelitian sejenis merupakan suatu kajian yang menyajikan berbagai referensi penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian yang sedang dikaji. *Review* ini dilakukan sebagai langkah awal sebelum peneliti melaksanakan penelitian mengenai “Pengaruh Literasi Media Digital Penggunaan ChatGPT terhadap Kualitas Informasi Akademik Mahasiswa Universitas Pasundan”. Tujuan dari penyusunan *review* penelitian sejenis ini adalah untuk memperoleh bahan pertimbangan dan pembandingan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang sedang dilakukan, serta sebagai acuan dalam memperkuat landasan teoritis dan metodologis penelitian. Selain itu, *review* penelitian sejenis juga bertujuan untuk menghindari adanya kesamaan atau duplikasi dengan penelitian-penelitian sebelumnya, serta untuk menunjukkan posisi dan kebaruan penelitian yang dilakukan. Adapun penelitian sejenis yang relevan dengan penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

1. PENGARUH PENGGUNAAN CHATGPT TERHADAP KUALITAS INFORMASI MAHASISWA FISIPOL UNIVERSITAS MEDAN AREA oleh Alicia Fazira pada tahun 2024.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana penggunaan ChatGPT berpengaruh terhadap kualitas informasi yang diperoleh mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Variabel independen dalam penelitian ini adalah penggunaan ChatGPT, sedangkan variabel dependen adalah kualitas informasi mahasiswa. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa yang telah menggunakan ChatGPT dalam menunjang aktivitas akademik.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan ChatGPT memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas informasi yang didapat mahasiswa. ChatGPT dinilai mampu membantu mahasiswa dalam memperoleh informasi yang lebih cepat, relevan, dan terstruktur, meskipun tetap diperlukan kemampuan kritis mahasiswa dalam memverifikasi kebenaran informasi yang dihasilkan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada fokus kajian penggunaan ChatGPT sebagai variabel independen serta pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier sederhana untuk mengukur pengaruh antar variabel. Selain itu, kedua penelitian sama-sama menempatkan penggunaan ChatGPT. Perbedaannya

terletak pada landasan teori dan operasionalisasi variabel. Penelitian terdahulu mengukur kualitas informasi secara umum, sedangkan penelitian ini secara khusus menitikberatkan pada kualitas informasi akademik dengan menggunakan model kualitas informasi dari Wang & Strong (1996). Selain itu, penelitian ini mengukur penggunaan ChatGPT berdasarkan kerangka literasi media digital (Renee Hobbs, 2011), bukan sekadar penggunaan secara umum. Perbedaan lainnya terletak pada objek penelitian, di mana penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Universitas Pasundan.

## 2. PENGARUH CHATGPT TERHADAP Pengerjaan TUGAS KULIAH MAHASISWA DI ERA SOCIETY 5.0

oleh Kerentika Lorenzta Panjaitan, dkk pada tahun 2023.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan ChatGPT terhadap proses pengerjaan tugas kuliah mahasiswa di era Society 5.0. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah penggunaan ChatGPT, sedangkan variabel terikatnya adalah efektivitas pengerjaan tugas kuliah mahasiswa.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ChatGPT berperan sebagai media pendukung dalam membantu mahasiswa memahami materi, menyusun jawaban, serta mempercepat proses pengerjaan tugas akademik. Namun demikian, penelitian ini juga menyoroti potensi ketergantungan

mahasiswa terhadap ChatGPT apabila digunakan secara berlebihan tanpa diimbangi kemampuan literasi informasi yang memadai.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama mengkaji penggunaan ChatGPT dalam konteks akademik mahasiswa dengan pendekatan kuantitatif. Selain itu, keduanya melihat ChatGPT sebagai bagian dari media digital yang dapat mempengaruhi hasil akademik mahasiswa. Perbedaannya terletak pada fokus variabel terikat, di mana penelitian terdahulu menitikberatkan pada efektivitas pengerjaan tugas, sedangkan penelitian ini secara khusus mengkaji kualitas informasi akademik.

### 3. PENGARUH PENGGUNAAN CHATGPT TERHADAP OPTIMALISASI PROSES PENULISAN SKRIPSI MAHASISWA PAI ANGKATAN 2020 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

oleh Vanis Sonyati pada tahun 2023.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan ChatGPT terhadap optimalisasi proses penulisan skripsi mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah penggunaan ChatGPT, sedangkan variabel terikatnya adalah optimalisasi proses penulisan skripsi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan ChatGPT memberikan kontribusi positif dalam membantu mahasiswa menyusun kerangka tulisan, memperjelas ide, serta meningkatkan efisiensi waktu dalam penulisan skripsi. Meskipun demikian, penelitian ini menekankan pentingnya peran mahasiswa dalam melakukan evaluasi dan pengolahan ulang informasi agar tetap memenuhi kaidah akademik.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama menempatkan ChatGPT sebagai variabel independen dalam konteks kegiatan akademik mahasiswa serta menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruhnya. Perbedaannya terletak pada objek kajian, di mana penelitian terdahulu berfokus pada penulisan skripsi, sedangkan penelitian ini mengkaji kualitas informasi akademik secara umum, tidak terbatas pada skripsi, serta menggunakan sebagai landasan *Quality Information Theory* utama.

#### 4. PENGARUH CHATGPT TERHADAP KEMAMPUAN BERPIKIR KRITIS DAN ANALISIS MAHASISWA

oleh Jason Maximilian Ungranesia dkk. pada tahun 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak penggunaan ChatGPT terhadap kemampuan berpikir kritis dan analisis mahasiswa. Metode yang digunakan adalah survei kuantitatif deskriptif dengan

penyebaran kuesioner berbasis skala Likert kepada mahasiswa. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ChatGPT membantu mahasiswa dalam memahami dan menganalisis permasalahan, namun belum sepenuhnya meningkatkan kemampuan berpikir kritis secara mendalam. Ketergantungan terhadap ChatGPT berpotensi mengurangi proses berpikir mandiri apabila tidak digunakan secara bijak.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama mengkaji dampak penggunaan ChatGPT terhadap aspek kognitif dalam konteks akademik mahasiswa. Keduanya menempatkan ChatGPT sebagai media berbasis kecerdasan buatan yang dapat memengaruhi kualitas hasil akademik. Perbedaannya terletak pada variabel dependen, di mana penelitian terdahulu berfokus pada kemampuan berpikir kritis dan analisis, sedangkan penelitian ini secara spesifik meneliti kualitas informasi akademik.

#### 5. DAMPAK PENGGUNAAN CHATGPT PADA KOMPETENSI MAHASISWA AKUNTANSI: LITERATURE REVIEW

oleh Wulandari Hidayanti dan Rizdina Azmiyanti pada tahun 2023.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak penggunaan ChatGPT terhadap kompetensi mahasiswa akuntansi dalam konteks dunia akademik. Penelitian ini menggunakan metode literature review dengan

menelaah sebanyak 480 artikel dari total 500 artikel yang diperoleh melalui Google Scholar menggunakan aplikasi Publish or Perish, kemudian dianalisis dengan bantuan Vosviewer. Fokus kajian penelitian ini adalah mengidentifikasi peluang dan ancaman penggunaan ChatGPT terhadap kompetensi mahasiswa akuntansi, khususnya terkait dengan aspek etika, kejujuran akademik, serta potensi ketergantungan berlebihan terhadap teknologi kecerdasan buatan dalam proses pembelajaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan ChatGPT memberikan dua sisi dampak, yaitu peluang dan ancaman. Di satu sisi, ChatGPT dinilai mampu membantu mahasiswa dalam mempercepat proses penulisan, memperluas cakupan informasi, serta mempermudah pemahaman materi akademik. Namun di sisi lain, penggunaan ChatGPT yang tidak disertai dengan sikap kritis dan etis berpotensi menurunkan kompetensi mahasiswa, terutama dalam hal berpikir kritis, orisinalitas, dan integritas akademik. Oleh karena itu, penelitian ini menekankan pentingnya penggunaan ChatGPT secara bertanggung jawab serta perlunya kebijakan institusional dari perguruan tinggi dalam mengatur pemanfaatan teknologi AI di lingkungan akademik.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada fokus kajian penggunaan ChatGPT dalam konteks dunia akademik mahasiswa, serta sama-sama menyoroti pentingnya sikap kritis dan tanggung jawab dalam memanfaatkan teknologi kecerdasan buatan.

Selain itu, kedua penelitian sama-sama memandang ChatGPT sebagai new media yang berpotensi memengaruhi proses akademik mahasiswa.

Perbedaannya terletak pada pendekatan dan fokus variabel penelitian. Penelitian terdahulu menggunakan metode literature review dengan variabel utama kompetensi mahasiswa akuntansi, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengukur pengaruh penggunaan ChatGPT terhadap kualitas informasi akademik mahasiswa. Selain itu, penelitian ini secara spesifik menganalisis kualitas informasi akademik, sehingga memberikan fokus yang lebih terukur pada dimensi kualitas informasi yang diperoleh mahasiswa dari penggunaan ChatGPT.

**Tabel 2.1. Review Penelitian Sejenis**

No	Judul	Nama Peneliti	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1	Pengaruh Penggunaan ChatGPT terhadap Kualitas Informasi pada Mahasiswa FISIPOL Universitas Medan Area	Alicia Fazira	Pendekatan kuantitatif dengan metode survey dan teori literasi media. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan regresi linier sederhana.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan ChatGPT berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas informasi yang diperoleh mahasiswa. ChatGPT membantu mahasiswa memperoleh informasi yang lebih cepat, relevan, dan terstruktur, namun tetap memerlukan kemampuan kritis dalam	<b>Persamaan:</b> Sama-sama meneliti penggunaan ChatGPT sebagai variabel independen dengan pendekatan kuantitatif. <b>Perbedaan:</b> Penelitian ini mengukur penggunaan ChatGPT menggunakan literasi media digital hobbs 2011 serta mengkaji kualitas informasi akademik berdasarkan Information Quality Theory. Selain itu, objek penelitian berbeda, yaitu

				memverifikasi informasi.	Universitas Medan Area dan Universitas Pasundan.
2	Pengaruh ChatGPT terhadap Pengerjaan Tugas Kuliah pada Mahasiswa di Era Society 5.0	Kerentika Lorenzta Panjaitan dkk.	Pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan dokumentasi.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ChatGPT memiliki pengaruh besar dalam membantu mahasiswa mengerjakan tugas kuliah secara lebih efisien, namun juga berpotensi menurunkan kreativitas dan orisinalitas apabila digunakan secara berlebihan tanpa verifikasi.	<b>Persamaan:</b> Sama-sama mengkaji penggunaan ChatGPT dalam menunjang aktivitas akademik mahasiswa. <b>Perbedaan:</b> Penelitian terdahulu berfokus pada efektivitas pengerjaan tugas, sedangkan penelitian ini pada kualitas informasi akademik dengan pendekatan kuantitatif eksplanatori.
3	Pengaruh Penggunaan ChatGPT terhadap Optimalisasi Proses Penulisan Skripsi Mahasiswa PAI Angkatan 2020 UIN Raden Intan Lampung	Vanis Sonyati	Pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan ChatGPT membantu mahasiswa dalam menyusun kerangka skripsi, mengembangkan ide, dan meningkatkan efisiensi waktu penulisan, namun tetap diperlukan kontrol agar tidak terjadi ketergantungan.	<b>Persamaan:</b> Sama-sama menempatkan ChatGPT sebagai variabel independen dalam konteks kegiatan akademik mahasiswa dan menggunakan pendekatan kuantitatif. <b>Perbedaan:</b> Penelitian terdahulu berfokus pada penulisan skripsi, sedangkan penelitian ini mengkaji kualitas informasi akademik berdasarkan Information Quality Theory.
4	Pengaruh ChatGPT terhadap Kemampuan Berpikir Kritis dan Analisis Mahasiswa	Jason Maximilian Ungranesia dkk.	Pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner berbasis skala Likert. Analisis data dilakukan menggunakan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ChatGPT membantu mahasiswa dalam memahami dan menganalisis permasalahan akademik. Namun, penggunaan ChatGPT belum sepenuhnya meningkatkan kemampuan	<b>Persamaan:</b> Sama-sama mengkaji dampak penggunaan ChatGPT terhadap aspek kognitif dalam konteks akademik mahasiswa serta menempatkan ChatGPT sebagai media berbasis kecerdasan buatan yang memengaruhi proses akademik. <b>Perbedaan:</b>

			statistik deskriptif. Penelitian ini menggunakan pendekatan konseptual kognitif dan pemanfaatan Artificial Intelligence dalam pendidikan,	berpikir kritis secara mendalam. Ketergantungan terhadap ChatGPT berpotensi mengurangi proses berpikir mandiri mahasiswa apabila tidak digunakan secara bijak.	Penelitian terdahulu berfokus pada berpikir kritis, sedangkan penelitian ini pada kualitas informasi akademik dengan analisis regresi linier berganda.
5	Dampak Penggunaan ChatGPT pada Kompetensi Mahasiswa Akuntansi: Literature Review	Wulandari Hidayanti & Rizdina Azmiyanti	Metode literature review dengan analisis bibliometrik menggunakan Publish or Perish dan Vosviewer.	Dari beberapa jurnal terkait, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa jurusan Akuntansi memiliki peluang besar untuk memanfaatkan ChatGPT dalam pembelajaran dan evaluasi mereka. ChatGPT memberikan kemajuan signifikan dalam akurasi jawaban, cakupan topik, dan interaksi antarmuka, menjadikannya lebih mudah digunakan oleh berbagai kalangan. Oleh karena itu, penggunaan platform ini dapat mempermudah penafsiran informasi.	<b>Persamaan:</b> Sama-sama mengkaji penggunaan ChatGPT dalam konteks akademik mahasiswa dan menyoroti pentingnya sikap kritis dalam penggunaan AI. <b>Perbedaan:</b> Penelitian terdahulu menggunakan literature review dan fokus pada kompetensi, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji pengaruh terhadap kualitas informasi akademik berdasarkan Information Quality Theory.

### 2.1.2. Kerangka Konseptual

Kerangka koseptual dapat didefinisikan kerangka hubungan antar konsep yang di ukur dan diamati dalam penelitian. Sehingga didalamnya ada penjelasan mengenai hubungan setiap variabel yang akan diteliti.

## **2.1.2.1. Komunikasi**

### **2.1.2.1.1. Definisi Komunikasi**

Kata komunikasi, secara etimologi, sebenarnya merupakan padanan dari istilah bahasa Inggris yaitu *communication*. *Communication* itu sendiri berasal dari bahasa Latin, yaitu *communis*, yang memiliki arti "sama atau serupa", serta dari kata *communico* atau *communicare* yang berarti "menjadikan sama" (*to make common*) (siapa). Istilah pertama (*communis*) adalah kata yang paling umum dipakai sebagai asal mula istilah komunikasi. Komunikasi adalah suatu proses di mana makna dibagikan melalui pesan antara individu yang terlibat dalam komunikasi tersebut. Pesan komunikasi dapat berupa ide atau konsep yang diungkapkan melalui simbol yang mempunyai arti dan diterima secara kolektif oleh para pelaku komunikasi (Hariyanto, 2021).

Komunikasi lebih dari sekadar kata-kata yang diucapkan, tetapi mencakup berbagai jenis interaksi, seperti senyuman, anggukan kepala yang menegaskan pemikiran, bahasa tubuh, serta ekspresi minat, sikap, dan emosi yang serupa. Memiliki pemahaman yang identik merupakan faktor penting dalam proses komunikasi. Tanpa adanya penerimaan yang berbagi pemahaman, yang terjadi hanyalah "percakapan satu arah" (Fitria, 2021). Secara umum, komunikasi terjadi dengan memanfaatkan kata-kata (lisan) yang bisa dipahami oleh semua pihak yang terlibat. Jika tidak ada bahasa verbal yang saling dimengerti, komunikasi tetap dapat berlangsung melalui ekspresi tubuh atau menunjukkan perilaku tertentu. Contohnya adalah tersenyum, menggelengkan kepala, dan mengangkat bahu.

Pendekatan seperti ini disebut sebagai komunikasi nonverbal atau komunikasi isyarat (Takari et al., 2019).

Menurut Rogers bersama D. Lawrence Kincaid (1981), komunikasi merupakan suatu proses di mana dua individu atau lebih saling berbagi atau bertukar informasi antar mereka, yang pada akhirnya akan mengarah pada pemahaman yang lebih mendalam. Di sisi lain, Shannon dan Weaver (1949) menjelaskan bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi antar manusia yang saling memengaruhi, baik secara sengaja maupun tidak. Ini tidak hanya berlaku pada komunikasi verbal tetapi juga mencakup ekspresi wajah, seni lukis, seni, dan teknologi (Sari et al., n.d.).

Adapun tipe komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi dengan diri sendiri (komunikasi intrapersonal). Komunikasi intrapersonal merupakan suatu proses komunikasi yang berlangsung di dalam individu, atau bisa dibilang sebagai proses berinteraksi dengan diri sendiri. Proses komunikasi ini muncul karena individu memberikan makna pada objek yang dilihatnya atau yang muncul dalam pikirannya.
2. Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*). Komunikasi antar- pribadi yang dimaksud disini ialah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka.
3. Komunikasi publik (*public communication*). Istilah komunikasi publik sering dikenal sebagai komunikasi orasi, komunikasi bersama, komunikasi retorik, berbicara di depan umum, dan komunikasi dengan audiens (*audience communication*). Terlepas dari sebutan yang digunakan,

komunikasi publik menggambarkan sebuah proses dimana pesan-pesan disampaikan oleh seorang pembicara dalam keadaan langsung di hadapan kelompok besar.

4. Komunikasi Massa (*mass communication*). Proses komunikasi massa dapat dijelaskan sebagai suatu cara di mana informasi disampaikan dari pihak yang terorganisir kepada masyarakat luas dengan menggunakan media seperti radio, televisi, surat kabar, dan lain-lain.

#### **2.1.2.1.2. Fungsi & Karakteristik Komunikasi**

Komunikasi tidak hanya berkaitan dengan penyampaian pesan atau berita, tetapi juga mencakup aktivitas individu maupun kelompok dalam melakukan pertukaran data, fakta, gagasan, dan ide. Dalam proses komunikasi tersebut, terdapat beberapa fungsi utama sebagaimana dikemukakan oleh Effendy (1996), yaitu:

- a. Informasi

Komunikasi berfungsi sebagai sarana untuk mengumpulkan, menyimpan, mengolah, dan menyebarluaskan data, fakta, gambar, pesan, opini, serta komentar yang dibutuhkan individu untuk memahami lingkungan dan orang lain, sehingga dapat membantu dalam pengambilan keputusan yang tepat.

- b. Sosialisasi (pemasyarakatan)

Komunikasi berperan dalam menyediakan sumber pengetahuan yang memungkinkan individu bertindak dan bersikap sebagai bagian dari masyarakat.

c. Motivasi

Komunikasi berfungsi untuk menjelaskan tujuan jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong individu menentukan pilihan dan keinginannya, serta mengarahkan aktivitas individu dan kelompok dalam mencapai tujuan bersama.

d. Debat dan diskusi

Komunikasi menyediakan dan memfasilitasi pertukaran fakta serta informasi yang diperlukan untuk mencapai kesepakatan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai isu-isu publik, sekaligus mendorong keterlibatan masyarakat dalam kepentingan bersama.

e. Pendidikan

Komunikasi berperan sebagai proses transfer pengetahuan yang mendorong perkembangan intelektual, pembentukan karakter, serta pengembangan keterampilan dan kemampuan yang dibutuhkan dalam berbagai aspek kehidupan.

f. Memajukan kehidupan

Komunikasi berfungsi dalam penyebaran hasil kebudayaan dan seni untuk melestarikan warisan masa lalu, memperluas wawasan, membangun imajinasi, serta mendorong kreativitas dan pemenuhan kebutuhan estetika.

g. Hiburan

Komunikasi berfungsi menyampaikan simbol, suara, dan gambar yang berkaitan dengan seni, sastra, musik, olahraga, dan bentuk hiburan lainnya, baik untuk individu maupun kelompok.

#### h. Integrasi

Komunikasi menyediakan kesempatan bagi individu, kelompok, dan bangsa untuk saling mengenal, memahami, serta menghargai perbedaan kondisi, pandangan, dan keinginan melalui pertukaran pesan.

Selain itu, Mudjijo (2006) yang dikutip oleh Widjaya menjelaskan bahwa fungsi komunikasi dalam organisasi meliputi:

- a. Alat untuk mengoordinasikan dan menyatukan seluruh aktivitas organisasi guna mencapai tujuan tertentu.
- b. Sarana untuk memengaruhi dan mengubah perilaku anggota organisasi.
- c. Media penyampaian informasi kepada seluruh anggota organisasi.

#### **2.1.2.2. Komunikasi Massa**

Komunikasi massa merupakan gabungan dari dua istilah, yaitu komunikasi dan massa. Banyak ahli telah mengemukakan definisi mengenai komunikasi. Salah satunya adalah Wilbur Schramm yang menjelaskan bahwa komunikasi berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti “sama” atau “kesamaan”. Dengan demikian, komunikasi pada dasarnya merupakan proses untuk menciptakan kesamaan makna antara pihak-pihak yang terlibat dalam pertukaran pesan (Syafriana, 2022).

Sementara itu, istilah “massa”, menurut P.J. Bouman, merujuk pada kelompok masyarakat dalam jumlah besar. Massa dapat dipahami sebagai

sekumpulan individu yang jumlahnya luas, tidak selalu terorganisasi secara formal, tetapi memiliki kesamaan perhatian atau keterikatan tertentu terhadap suatu hal.

Beberapa pakar komunikasi memberikan definisi komunikasi massa sebagai berikut:

- a. Menurut Melvin DeFleur dan Denis McQuail, komunikasi massa merupakan proses di mana komunikator menggunakan media untuk menyebarluaskan pesan secara luas dan berkelanjutan, dengan tujuan membentuk makna serta memengaruhi khalayak yang besar dan beragam.
- b. M.O. Palapah mendefinisikan komunikasi massa sebagai pernyataan atau penyampaian pesan manusia yang ditujukan kepada khalayak luas. Bentuk komunikasi massa meliputi kegiatan jurnalistik, hubungan masyarakat (public relations), penerangan, propaganda, agitasi, hingga komunikasi internasional.
- c. Menurut John R. Bittner, komunikasi massa adalah penyampaian pesan melalui media massa kepada sejumlah besar orang.

Secara umum, pengertian komunikasi massa dapat dibedakan menjadi dua perspektif, yaitu dalam arti luas dan arti sempit. Dalam arti luas, komunikasi massa dipahami sebagai proses penyampaian pesan oleh satu atau lebih individu melalui media massa baik cetak, elektronik, maupun digital kepada khalayak luas dengan harapan adanya respons atau umpan balik. Sementara dalam arti sempit, komunikasi massa merujuk pada komunikasi yang secara khusus ditujukan kepada orang banyak atau publik dalam jumlah besar (Kustiawan et al., 2022).

### 2.1.2.3. Media Baru (*New Media*)

Media baru atau *new media* merujuk pada istilah untuk bentuk komunikasi modern yang mengandalkan teknologi digital dan memiliki akses yang luas untuk digunakan secara personal sebagai sarana komunikasi. (McQuail, 2011:148). Media baru berasal dari berbagai inovasi yang meneruskan fungsi media tradisional, disesuaikan dengan kemajuan zaman. Ciri khas dari media baru berbeda dengan media konvensional. Salah satu keunggulannya adalah media baru mampu menyampaikan informasi dengan cepat dan segera tanpa perlu menunggu waktu tayang atau proses cetak. Dengan adanya kemajuan teknologi saat ini, media tradisional seperti buku, majalah, surat kabar, dan radio tidak harus ditinggalkan atau dilupakan, serta tidak tergantikan oleh media baru. Sebaliknya, media tradisional tersebut diolah dan disesuaikan menjadi bentuk media baru dengan menerapkan teknologi digital, sehingga dapat memenuhi kebutuhan audiens di era sekarang. Penyebarannya dilakukan melalui internet (Vira & Reynata, 2023).

Terry Flew mengatakan pada buku, *New Media: Teori dan Aplikasi* (Hastasari et al., 2014) Media baru sering disebut sebagai digital media yang diartikan sebagai, “*forms of media contents that combine and integrate data, text, sound, and images of all kinds; are stored in digital format; and are increasingly distributed through networks*”. Dari uraian tersebut, Flew, mendefinisikan media baru yang ditekankan dalam format isi, media yang dikombinasikan dan kesatuan data baik teks, suara, gambar, dan sebagainya dalam segala format digital.

Kemudian juga ditambahkan, sistem penyebarannya adalah melalui internet (Vira & Reynata, 2023).

(Abrar, 2017) menyatakan bahwa media baru atau *new media* adalah media yang muncul dan berkembang pada era komunikasi interaktif yaitu dari tahun 1946 sampai saat ini. Media baru atau *new media* ini dapat disebut sebagai salah satu bentuk komunikasi interaktif simpel yang saat ini bisa didapatkan dengan murah atau bahkan gratis. Munculnya media baru ini memungkinkan setiap orang untuk menciptakan sesuatu dan saling berbagi hal tersebut dengan orang lain. Media baru sebagai media digital ini memerlukan alat dengan akses internet untuk dapat digunakan (Salam, 2020).

Media baru merupakan bentuk media yang berbasis internet dan teknologi daring, yang ditandai dengan sifat fleksibel, potensi interaktivitas, serta kemampuan untuk digunakan dalam ranah pribadi maupun publik. Secara etimologis, kata “new” merujuk pada sesuatu yang bersifat baru, sedangkan “media” diartikan sebagai sarana yang dimanfaatkan oleh komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan. Oleh karena itu, media baru dapat dipahami sebagai sarana komunikasi modern yang digunakan untuk menyampaikan pesan dengan memanfaatkan jaringan internet dan teknologi daring, serta memungkinkan terjadinya komunikasi yang bersifat personal maupun terbuka (Ginting et al., 2021).

### **2.1.2.3.1. Karakteristik Media Baru**

Internet telah membawa perubahan yang signifikan dalam kehidupan masyarakat. Sebagai bagian dari media baru, internet tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk memproduksi dan mendistribusikan pesan sebagaimana media tradisional, tetapi juga memiliki peran sebagai media penyimpanan pesan (McQuail, 2010). Perkembangan internet memungkinkan media cetak, audio, dan visual untuk menghadirkan pola komunikasi dua arah. Informasi yang beredar di dalam internet juga relatif sulit untuk dikontrol, sehingga menjadikan internet sebagai media baru yang bersifat revolusioner. Berbeda dengan media cetak dan televisi yang memiliki mekanisme pengawasan dan kontrol informasi melalui lembaga tertentu, internet tidak memiliki sistem pengawasan yang ketat. Akibatnya, internet berkembang menjadi media yang sulit dikendalikan, termasuk oleh pemerintah (Heryanto & Zarkasy, 2012).

Internet sebagai media baru memiliki sejumlah karakteristik yang membedakannya dari bentuk komunikasi lainnya. Karakteristik tersebut antara lain bersifat multimedia, hypertextual, dispersal, virtual, dan interaktif. Multimedia merujuk pada kemampuan internet dalam menyajikan beragam bentuk konten, seperti teks, audio, video, gambar, animasi, serta elemen interaktif lainnya dalam satu medium. Keberagaman ini menjadikan media baru memiliki keunikan yang tidak ditemukan pada media massa konvensional (Nasrullah, 2014).

Nasrullah (2014), merujuk pada pandangan Holmes (2005), menjelaskan bahwa keunggulan utama media baru terletak pada sifatnya yang interaktif, yang

membedakannya dari media lama atau media siaran yang cenderung bersifat satu arah. Dalam media baru, audiens tidak hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi juga dapat berpartisipasi secara aktif dan berinteraksi dengan pesan yang disampaikan. Interaktivitas ini secara bertahap menghilangkan berbagai batasan fisik maupun sosial dalam proses komunikasi.

Interaktivitas yang dimiliki media baru juga memberikan keunggulan tambahan berupa adanya umpan balik (*feedback*) secara langsung. Daryanto (2010) menjelaskan bahwa umpan balik merupakan respons dari penerima pesan yang dapat berbentuk verbal maupun nonverbal. Sementara itu, Nurudin (2007) membedakan umpan balik menjadi dua jenis, yaitu umpan balik langsung (*immediate feedback*) dan umpan balik tertunda (*delayed feedback*). Media baru memungkinkan terjadinya umpan balik langsung meskipun pengirim dan penerima pesan tidak berada pada lokasi yang sama, serta dapat berlangsung dalam waktu yang relatif singkat. Selain itu, media baru membuka ruang bagi masyarakat untuk menyampaikan kritik dan saran terhadap media konvensional, seperti televisi, sehingga setiap individu berpeluang menjadi bagian aktif dalam proses produksi pesan (Indrawan et al., 2020).

#### **2.1.2.3.2. Kelebihan & Kekurangan Media Baru**

Perkembangan teknologi internet pada era modernisasi dan globalisasi memberikan berbagai dampak positif dalam beragam bidang kehidupan, termasuk di bidang pendidikan sebagai sarana pembelajaran dan sumber informasi. Keberadaan internet memungkinkan masyarakat untuk mengakses informasi dari

berbagai belahan dunia secara lebih mudah, cepat, terjangkau, dan relatif andal. Pemanfaatan internet dalam pendidikan mencakup pencarian bahan ajar, materi diskusi, informasi program beasiswa, konsultasi dengan para ahli, pembelajaran jarak jauh, hingga penerapan metode pembelajaran berbasis multimedia. Dengan demikian, keterbatasan jarak dan perbedaan waktu tidak lagi menjadi hambatan utama dalam memperoleh pengetahuan karena faktor geografis dapat diatasi melalui akses internet (Rustandi, 2020).

Di sisi lain, media baru menawarkan berbagai peluang untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi komunikasi eksternal. Namun, keberadaannya juga memunculkan sejumlah pertimbangan penting. Pertama, media baru berpotensi menumbuhkan sikap individualisme di ruang digital yang dapat mengurangi tanggung jawab sosial. Kedua, meskipun media baru mampu mengatasi keterbatasan ruang dan waktu, interaksi yang terjadi secara daring tidak sepenuhnya menggantikan interaksi tatap muka. Kondisi ini meningkatkan risiko terjadinya penipuan di dunia maya. Ketiga, penyebaran informasi palsu atau konten yang tidak pantas dapat dengan cepat memicu reaksi publik, sehingga individu maupun organisasi yang ingin membangun citra positif perlu memiliki pemahaman yang baik mengenai dampak penggunaan media baru (Musdalifah & Salisah, 2022).

Dalam konteks masyarakat kontemporer, ketergantungan yang tinggi terhadap teknologi komunikasi telah memunculkan tantangan dalam proses komunikasi. Pengaruh internet terhadap kehidupan sosial tidak dapat dipungkiri, di mana remaja di berbagai negara semakin bergantung pada penggunaan internet,

meskipun tingkat dan pola penggunaannya berbeda-beda berdasarkan latar belakang sosial dan ekonomi. Sebagai contoh, penelitian menunjukkan bahwa sekitar 17% remaja di Singapura menghabiskan waktu berlebih di internet, dengan durasi rata-rata lima jam atau lebih setiap harinya (Santrock, 2012).

Dari sisi negatif, media baru di internet kerap dikonsumsi secara kurang bijaksana oleh masyarakat. Penggunaan tersebut dapat dipicu oleh rasa ingin tahu, upaya mengisi waktu luang, maupun alasan lainnya. Oleh karena itu, khususnya bagi anak-anak dan remaja, diperlukan pengawasan dan pembatasan penggunaan internet oleh orang tua, disertai dengan pemberian edukasi mengenai konten yang layak dan tidak layak untuk dikonsumsi.

#### **2.1.2.4. Literasi Media Digital**

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat mengakses, memahami, dan memanfaatkan informasi dengan cara yang signifikan. Dengan hadirnya internet dan berbagai platform digital, informasi kini bisa diakses, diproduksi, dan disebarluaskan dengan sangat mudah, tanpa adanya batasan ruang dan waktu. Media digital sekarang bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi dari satu pihak ke pihak lain, melainkan telah berubah menjadi ruang interaktif yang memungkinkan setiap orang berperan sebagai konsumen sekaligus produsen informasi. Kemudahan akses ini membawa berbagai manfaat dalam kehidupan sehari-hari, terutama di bidang pendidikan, pekerjaan, dan interaksi sosial. Namun, di sisi lain, banyaknya informasi yang beredar di media digital juga membawa tantangan baru, seperti penyebaran informasi yang tidak akurat, adanya bias, dan

kesulitan dalam memverifikasi kebenarannya. Kondisi ini mengharuskan individu tidak hanya mahir dalam menggunakan teknologi digital secara teknis, tetapi juga mampu memahami, menilai, dan menggunakan informasi secara kritis dan bertanggung jawab.

literasi media digital menjadi salah satu keterampilan penting yang harus dimiliki oleh setiap orang. (Renee Hobbs, 2011) dalam *Digital and Media Literacy: Connecting Culture and Classroom* menyatakan bahwa literasi media digital adalah sekumpulan keterampilan yang memungkinkan individu mengakses, menganalisis, menciptakan, merefleksikan, dan bertindak secara kritis serta bertanggung jawab saat berinteraksi dengan berbagai media digital. Literasi media digital tidak terbatas pada keterampilan teknis dalam menggunakan perangkat atau platform digital, tetapi juga mencakup kemampuan berpikir kritis untuk memahami pesan, mengevaluasi makna dan kredibilitas informasi, serta menggunakan dan menghasilkan informasi dengan etika.

Renee Hobbs menyoroti bahwa orang yang memiliki kemampuan literasi media digital tidak hanya cepat dalam mencari informasi, tetapi juga dapat memahami pesan dengan lebih mendalam, mempertimbangkan nilai serta dampak dari informasi yang diterima, dan menggunakan media digital secara aktif dan penuh tanggung jawab. Dengan kata lain, literasi media digital merupakan keterampilan yang sangat penting dalam mengatasi kerumitan ruang informasi saat ini yang semakin dipenuhi oleh teknologi digital dan sistem yang didukung oleh kecerdasan buatan.

Dalam kajian Digital and Media Literacy, Renee Hobbs mengembangkan lima kompetensi utama, yaitu access, analyze, create, reflect, dan act. Kompetensi access berkaitan dengan kemampuan individu untuk mencari, menemukan, dan menggunakan informasi melalui media digital secara efektif. Analyze merujuk pada kemampuan untuk memahami, menginterpretasi, dan mengevaluasi isi pesan yang disampaikan media. Create merupakan kemampuan untuk menghasilkan, mengolah, dan menyampaikan kembali informasi dalam berbagai bentuk media. Reflect mencakup kesadaran kritis terhadap nilai, tanggung jawab, dan implikasi etis dalam penggunaan media. Sementara itu, act berkaitan dengan kemampuan individu untuk berpartisipasi secara aktif dan bertanggung jawab dalam lingkungan digital sebagai bagian dari masyarakat.

#### **2.1.2.5. ChatGPT**

##### **2.1.2.5.1. Definisi ChatGPT**

ChatGPT merupakan salah satu chatbot berbasis kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) yang berkembang pesat dan banyak digunakan dalam berbagai bidang, khususnya pendidikan dan akademik. ChatGPT dikembangkan oleh OpenAI dengan memanfaatkan teknologi *Generative Pre-trained Transformer* (GPT), yaitu model bahasa yang dilatih menggunakan data teks dalam jumlah besar untuk memahami pola bahasa manusia. Melalui proses pelatihan tersebut, ChatGPT mampu menghasilkan teks yang bersifat koheren, kontekstual, dan menyerupai cara manusia menulis maupun berkomunikasi. Kemampuannya dalam memberikan jawaban secara cepat dan relevan menjadikan ChatGPT sebagai salah satu bentuk

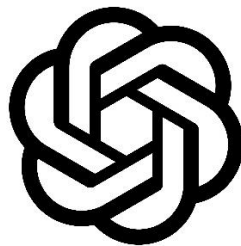
inovasi teknologi yang menarik perhatian publik secara global (Haikal Hidayatullah, Purwantoro, 2023).

Sebagai model bahasa mutakhir, ChatGPT dirancang untuk memahami perintah atau pertanyaan pengguna dalam bentuk bahasa alami (*natural language*) serta memberikan respons yang informatif dan terstruktur. Berbeda dengan mesin pencari konvensional yang hanya menyajikan daftar tautan, ChatGPT mampu menyajikan informasi dalam bentuk penjelasan langsung, ringkasan, maupun pengembangan gagasan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Hal ini membuat ChatGPT sering dimanfaatkan sebagai alat bantu dalam menyusun tugas, memahami materi perkuliahan, merangkum bacaan, hingga membantu proses penulisan karya ilmiah. Dengan kemampuan pemrosesan bahasa alami yang canggih, ChatGPT dapat menyesuaikan gaya bahasa dan tingkat kedalaman informasi berdasarkan konteks pertanyaan yang diberikan (Haman & Školník, 2023).

Perkembangan teknologi GPT dari waktu ke waktu menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam kualitas respons yang dihasilkan. Pembaruan model bahasa yang dilakukan oleh OpenAI bertujuan untuk meningkatkan akurasi, koherensi, serta relevansi informasi yang disajikan kepada pengguna (Regalia, 2023). Dalam konteks akademik, keberadaan ChatGPT membawa peluang sekaligus tantangan. Di satu sisi, ChatGPT dapat membantu mahasiswa memperoleh informasi dengan lebih cepat dan efisien, namun di sisi lain, kualitas informasi yang dihasilkan tetap perlu dikaji secara kritis, terutama terkait

keakuratan, kelengkapan, dan kesesuaiannya dengan sumber ilmiah yang valid. Oleh karena itu, penggunaan ChatGPT dalam lingkungan akademik perlu disertai dengan kemampuan literasi digital dan sikap kritis dari penggunanya (Baskara & Mukarto, 2023).

Secara keseluruhan, ChatGPT merepresentasikan perkembangan *new media* berbasis kecerdasan buatan yang berperan sebagai sumber informasi alternatif di era digital. Keberadaannya tidak hanya mengubah cara individu mengakses informasi, tetapi juga memengaruhi pola belajar dan proses pencarian pengetahuan, khususnya di kalangan mahasiswa. Dengan demikian, ChatGPT menjadi fenomena yang relevan untuk diteliti lebih lanjut, terutama dalam kaitannya dengan kualitas informasi akademik yang diperoleh pengguna.



**Gambar 2.1. ChatGPT**

Sumber: ChatGPT | OpenAI

#### **2.1.2.5.2. Aplikasi ChatGPT**

*Chat Generative Pre-Trained Transformer* (ChatGPT) adalah sebuah model bahasa yang termasuk dalam kelompok Large Language Model (LLM) yang diciptakan oleh OpenAI dan diperkenalkan pada bulan November 2022. LLM adalah jenis algoritma kecerdasan buatan terbaru

yang dilatih untuk meramalkan urutan kata tertentu berdasarkan konteks dari kata yang ada sebelumnya. ChatGPT dirancang dalam bentuk dialog yang memungkinkannya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan sebelumnya dari pengguna, menolak permintaan yang tidak tepat, mengakui kesalahan, dan mempertanyakan asumsi yang salah (Haikal Hidayatullah, Purwantoro, 2023).

ChatGPT menunjukkan kontribusi yang signifikan dalam kemampuan memahami pola bahasa, makna semantik, serta konteks percakapan melalui proses pelatihan mendalam yang melibatkan kumpulan data dalam skala besar. Model ini dibangun dengan arsitektur berbasis deep learning (DL) yang canggih, sehingga mampu menganalisis hubungan antar kata, struktur kalimat, dan konteks informasi secara komprehensif. Kemampuan tersebut memungkinkan ChatGPT untuk menghasilkan respons yang tidak hanya koheren secara linguistik, tetapi juga relevan dengan konteks pertanyaan pengguna. Selain itu, pendekatan pembelajaran mendalam yang digunakan membuat ChatGPT mampu menyesuaikan jawaban berdasarkan variasi instruksi, sehingga menghasilkan keluaran teks yang lebih natural dan informatif (Baskara & Mukarto, 2023).

#### **2.1.2.5.3. Kelebihan & Kekurangan ChatGPT**

Menurut (Fazira, 2024), pemanfaatan teknologi informasi dalam pendidikan berperan penting dalam meningkatkan efektivitas proses pembelajaran serta memperluas akses terhadap sumber pengetahuan. Sejalan dengan pandangan

tersebut, ChatGPT (*Generative Pre-trained Transformer*) memiliki sejumlah potensi manfaat dalam bidang pendidikan, antara lain:

1. Pembelajaran yang Dipersonalisasi

ChatGPT mampu menyesuaikan materi dan rekomendasi pembelajaran berdasarkan kebutuhan, pola, serta preferensi belajar peserta didik, sehingga proses belajar dapat berlangsung sesuai dengan kecepatan dan gaya belajar masing-masing individu.

2. Peningkatan Kemampuan Bahasa

ChatGPT dapat dimanfaatkan sebagai tutor atau chatbot bahasa virtual untuk membantu siswa melatih keterampilan berbahasa melalui simulasi percakapan serta memberikan umpan balik terkait tata bahasa dan kosakata.

3. Penilaian Otomatis

ChatGPT berpotensi membantu proses evaluasi pembelajaran dengan melakukan penilaian awal terhadap tugas tertulis, seperti esai, dan memberikan umpan balik secara cepat.

4. Peningkatan Keterampilan Penelitian

ChatGPT dapat membantu siswa dalam memahami topik tertentu dengan memberikan penjelasan, rekomendasi sumber informasi yang relevan, serta ringkasan materi yang bersifat kompleks.

5. Pengembangan Pemikiran Kritis

ChatGPT dapat menghasilkan pertanyaan pemantik atau bahan diskusi yang mendorong siswa untuk berpikir kritis dan terlibat aktif dalam proses pembelajaran.

#### 6. Peningkatan Aksesibilitas Pembelajaran

ChatGPT dapat mendukung pembelajaran yang lebih inklusif, khususnya bagi siswa penyandang disabilitas atau yang memiliki keterbatasan bahasa, melalui bantuan asisten virtual berbasis teks.

Namun demikian, menurut (Adi Setiawan, 2023) pemanfaatan ChatGPT dalam pembelajaran juga memiliki beberapa keterbatasan, antara lain:

##### 1. Keterbatasan dalam Memahami Konteks

ChatGPT dapat menghasilkan jawaban yang kurang tepat akibat keterbatasannya dalam memahami konteks atau maksud pertanyaan secara menyeluruh.

##### 2. Keterbatasan Interaksi Emosional

Interaksi berbasis teks membuat ChatGPT tidak mampu membangun hubungan emosional sebagaimana interaksi langsung antara dosen dan mahasiswa.

##### 3. Kesulitan Membedakan Fakta dan Opini

ChatGPT tidak selalu mampu membedakan informasi faktual dan opini secara jelas, sehingga diperlukan sikap kritis dalam penggunaannya.

##### 4. Potensi Ketidakakuratan Informasi

Informasi yang dihasilkan ChatGPT perlu diverifikasi kembali menggunakan sumber ilmiah yang tepercaya.

#### 5. Tidak Dapat Menggantikan Peran Pendidik

ChatGPT hanya berfungsi sebagai alat bantu pembelajaran dan tidak dapat menggantikan peran pendidik dalam membangun interaksi, pembinaan karakter, dan pengelolaan kelas.

#### **2.1.2.5.4. Sejarah ChatGPT**

ChatGPT merupakan chatbot berbasis kecerdasan buatan yang dikembangkan oleh OpenAI dengan memanfaatkan teknologi Large Language Model (LLM), termasuk GPT-4 dan versi sebelumnya. Kehadiran ChatGPT menandai standar baru dalam pengembangan kecerdasan buatan, khususnya dalam kemampuan mesin untuk memahami serta berinteraksi menggunakan bahasa manusia. Sejak diluncurkan pada 30 November 2022, ChatGPT dengan cepat menarik perhatian publik dan menjadi fenomena di media sosial karena kemampuannya menyelesaikan beragam tugas, seperti perencanaan perjalanan, penulisan cerita, hingga pembuatan kode pemrograman. Dalam kurun waktu lima hari sejak peluncuran, ChatGPT berhasil menjangkau lebih dari satu juta pengguna, menunjukkan tingginya minat masyarakat terhadap teknologi ini.

Perkembangan ChatGPT tidak terlepas dari evolusi model GPT yang mendasarinya. GPT-1, yang diperkenalkan pada Juni 2018 dengan 117 juta parameter, menjadi tonggak awal dengan menunjukkan potensi pembelajaran tanpa pengawasan. Selanjutnya, GPT-2 yang dirilis pada Februari 2019 dengan 1,5 miliar

parameter menghadirkan peningkatan signifikan dalam kemampuan menghasilkan teks, meskipun peluncurannya dilakukan secara bertahap karena adanya kekhawatiran terkait penyalahgunaan teknologi. Kemajuan besar terjadi pada GPT-3 yang diluncurkan pada Juni 2020 dengan 175 miliar parameter, memungkinkan penerapan yang lebih luas, seperti penulisan email otomatis dan pengembangan kode pemrograman. Versi terbaru, GPT-4, menghadirkan peningkatan dalam pemahaman maksud pengguna, keamanan keluaran teks, serta dukungan konektivitas internet secara real-time. Setiap pembaruan tersebut membawa kecerdasan buatan semakin dekat dengan integrasi yang lebih menyeluruh dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam meningkatkan produktivitas, kreativitas, dan efektivitas komunikasi (Wiwin Winarti<sup>1</sup>, Edi Maryanto<sup>2</sup>, 2023).

OpenAI sendiri merupakan perusahaan riset kecerdasan buatan yang didirikan pada Desember 2015 oleh Sam Altman, Greg Brockman, Elon Musk, Ilya Sutskever, Wojciech Zaremba, dan John Schulman, dengan Sam Altman saat ini menjabat sebagai CEO. OpenAI memiliki valuasi sebesar 29 miliar dolar AS dan telah menghimpun pendanaan sebesar 11,3 miliar dolar AS melalui tujuh putaran investasi. Pada Januari, Microsoft memperluas kemitraannya dengan OpenAI melalui investasi bernilai miliaran dolar guna mempercepat pengembangan dan penerapan kecerdasan buatan secara global (Ernawati & Wati, 2024).

#### **2.1.2.5.5. Beberapa Tugas ChatGPT**

ChatGPT memiliki berbagai fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna, antara lain:

1. Menjawab Pertanyaan Umum

ChatGPT mampu memberikan penjelasan dan informasi terkait berbagai topik, seperti fakta, peristiwa sejarah, maupun konsep tertentu, misalnya menjelaskan fenomena gerhana matahari.

2. Parafrase atau Reformulasi Teks

ChatGPT dapat membantu mengubah suatu teks menjadi bentuk lain tanpa menghilangkan makna aslinya, sehingga teks menjadi lebih bervariasi dan tidak sama dengan sumber awal.

3. Membantu Proses Penulisan

ChatGPT dapat digunakan untuk membantu menulis, menyusun, atau mengedit berbagai jenis teks, seperti artikel, esai, maupun cerita, sesuai dengan kebutuhan pengguna.

4. Penerjemahan Bahasa

ChatGPT mampu menerjemahkan teks dari satu bahasa ke bahasa lain dengan tingkat akurasi yang cukup baik, sehingga memudahkan pengguna dalam memahami teks berbahasa asing.

5. Pembuatan Rangkuman

ChatGPT dapat merangkum teks yang panjang menjadi poin-poin utama tanpa menghilangkan ide pokok yang terkandung di dalamnya.

6. Pengembangan Ide dan Brainstorming

ChatGPT dapat membantu pengguna menemukan dan mengembangkan gagasan baru, baik untuk keperluan penelitian maupun penulisan, melalui proses diskusi dan eksplorasi ide.

### **2.1.2.5.6. Panduan dan Cara Memperoleh Hasil Terbaik ChatGPT**

Untuk mengoptimalkan pemanfaatan ChatGPT, pengguna perlu memahami cara menyusun perintah (prompt) yang efektif, baik dalam bentuk pertanyaan, instruksi, maupun argumen. Beberapa metode yang dapat diterapkan untuk memperoleh hasil yang optimal antara lain:

1. Mengajukan Pertanyaan yang Jelas dan Spesifik

Pengguna disarankan untuk menyampaikan pertanyaan secara eksplisit dan terperinci agar respons yang dihasilkan lebih tepat sasaran. Pertanyaan yang bersifat ambigu atau terlalu umum sebaiknya dihindari.

2. Menyertakan Konteks yang Relevan

Pemberian konteks yang memadai dalam perintah atau pertanyaan membantu ChatGPT memahami kebutuhan pengguna secara lebih akurat. Informasi pendukung yang jelas akan meningkatkan kualitas jawaban yang dihasilkan.

3. Menggunakan Instruksi yang Tepat dan Terstruktur

Perintah sebaiknya disampaikan secara jelas dan sistematis. Apabila diperlukan, pengguna dapat menggabungkan beberapa instruksi dalam satu perintah agar ChatGPT dapat memberikan respons yang lebih komprehensif dan sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

## **2.1.2.6. Kualitas Informasi**

### **2.1.2.6.1. Definisi Kualitas Informasi**

Kualitas dapat diartikan sebagai ukuran tingkat kepuasan, kebermanfaatan, maupun ketepatan dari suatu objek atau layanan. Selain itu, kualitas juga mengacu pada karakteristik atau ciri khas yang menjadi pembeda antara suatu hal atau individu dengan yang lainnya. Menurut Merriam-Webster Dictionary, kualitas didefinisikan sebagai tingkat keunggulan atau kelemahan dari sesuatu, serta sifat yang membedakan suatu hal dari hal lainnya (Budiartha, 2016).

Dalam kehidupan sehari-hari, informasi kerap dipahami sebagai segala bentuk pesan yang disampaikan melalui berbagai media, seperti komunikasi lisan, media cetak, video, dan bentuk lainnya. Di antara beragam media tersebut, bahasa manusia dalam proses komunikasi antarmanusia merupakan bentuk yang paling umum digunakan. Meskipun demikian, informasi tidak hanya disampaikan melalui bahasa, tetapi juga dapat diwujudkan dalam bentuk lain seperti asap, kode genetik (DNA), aliran listrik, maupun visual atau gambar. Dengan demikian, informasi dapat dipahami sebagai pesan atau makna yang terkandung di dalam suatu proses penyampaian pesan (Agustina, 2019).

Istilah *informasi* memiliki tiga pengertian utama. Pertama, informasi dipahami sebagai sebuah proses, yaitu aktivitas atau kegiatan yang membuat seseorang menjadi terinformasi. Kedua, informasi dimaknai sebagai pengetahuan, yang merujuk pada berbagai peristiwa di dunia yang bersifat tidak terbatas dan abstrak. Dalam pengertian ini, informasi dipandang berdasarkan makna yang

terkandung dalam media penyampaiannya, di mana interpretasi antara pengirim dan penerima pesan dapat berbeda. Informasi juga dipahami sebagai bagian dari proses berpikir manusia yang terbentuk dari isi dan makna pesan yang diterima. Ketiga, informasi dipandang sebagai objek atau representasi fisik dari pengetahuan. Sebagai entitas yang nyata, informasi berupa kumpulan simbol yang dapat ditangkap oleh pancaindra manusia serta dapat disimpan, dipertukarkan, dan diolah. Informasi dalam bentuk ini berfungsi sebagai bahan mentah yang memerlukan pengolahan lebih lanjut agar memiliki nilai guna (Solichin, 2019).

Menurut (Mclean & Wlliam, 2003), kualitas informasi merujuk pada mutu keluaran yang dihasilkan oleh suatu sistem informasi, yang umumnya diwujudkan dalam bentuk laporan. Kualitas informasi mencerminkan karakteristik dari output yang disajikan oleh sistem informasi, seperti laporan manajerial maupun tampilan pada halaman web (Petter & McLean, 2009). Salah satu tolok ukur utama dalam menilai keberhasilan kualitas informasi adalah tingkat keakuratan. Informasi yang dihasilkan harus bersifat akurat karena berperan penting sebagai dasar dalam proses pengambilan keputusan. O'Brien et al. (2014) menyatakan bahwa kualitas informasi dapat dievaluasi melalui tiga dimensi utama, yaitu dimensi waktu (*time dimension*), dimensi isi (*content dimension*), dan dimensi bentuk (*form dimension*). Dimensi-dimensi tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Dimensi Waktu (Time Dimension): Informasi dapat dikatakan berkualitas apabila memenuhi beberapa kriteria berikut:

- a. **Currency:** Informasi harus disajikan pada waktu yang tepat agar dapat memenuhi kebutuhan pengguna dan menunjang proses pengambilan keputusan.
  - b. **Timeliness:** Informasi harus dapat diakses saat dibutuhkan oleh pengguna.
  - c. **Frequency:** Informasi perlu tersedia secara berkala sesuai dengan periode tertentu atau dalam kondisi yang masih terbaru.
2. **Dimensi Konten (Content Dimension):** Dimensi ini berkaitan dengan isi informasi, yang meliputi:
- a. **Accuracy:** Informasi harus memiliki tingkat ketepatan yang tinggi dan bebas dari kesalahan agar tidak menimbulkan keputusan yang keliru.
  - b. **Relevance:** Informasi harus sesuai dengan kebutuhan pengguna atau berkaitan langsung dengan tujuan dan aktivitas utama.
  - c. **Conciseness:** Informasi disajikan secara ringkas, jelas, dan hanya memuat hal-hal yang benar-benar dibutuhkan oleh pengguna.
3. **Dimensi Bentuk (Form Dimension):** Dimensi ini berkaitan dengan bagaimana informasi disajikan kepada pengguna, termasuk format penyajian serta media yang digunakan untuk menyampaikan informasi tersebut.

#### **2.1.2.6.2. Definisi Kualitas Informasi Dalam Konteks Komunikasi**

Dalam kajian ilmu komunikasi, kualitas informasi merujuk pada tingkat ketepatan, kejelasan, serta manfaat dari informasi yang disampaikan kepada khalayak. Informasi dikatakan berkualitas apabila memiliki akurasi yang tinggi, mudah dipahami, dan memberikan nilai guna bagi penerimanya. Menurut Gasser (2017), kualitas informasi (*Information Quality/IQ*) tidak secara otomatis memiliki nilai positif. Nilai informasi baru muncul ketika informasi tersebut dimanfaatkan secara tepat dan berada dalam konteks yang sesuai. Oleh karena itu, kualitas informasi sangat dipengaruhi oleh situasi komunikasi serta sudut pandang dan subjektivitas penerima (Cholarika & Zahro, 2023).

Dalam model komunikasi Shannon–Weaver, kualitas informasi diukur dari sejauh mana pesan mampu mengurangi tingkat ketidakpastian (*uncertainty*) pada penerima. Semakin besar kemampuan informasi dalam memperjelas pesan dan mengurangi ketidakpastian, maka semakin tinggi pula kualitas informasi tersebut. Dalam proses komunikasi, kualitas informasi memegang peranan penting karena berpengaruh langsung terhadap efektivitas komunikasi. Informasi yang berkualitas dapat meningkatkan kepercayaan penerima dan memperlancar penyampaian pesan, sedangkan informasi yang rendah kualitasnya berpotensi menimbulkan kesalahpahaman bahkan kegagalan komunikasi (Mulyani, n.d.).

Dalam kajian komunikasi, informasi dipahami sebagai unsur utama dalam model S–M–C–R–E yang mencakup lima komponen pokok, yaitu siapa yang menyampaikan pesan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa,

dan dengan efek apa. Model yang diperkenalkan oleh Lasswell ini menegaskan bahwa informasi berperan sebagai pesan yang dikirimkan oleh komunikator kepada komunikan melalui media tertentu dengan tujuan menghasilkan dampak tertentu. Dengan demikian, informasi merupakan inti dari proses komunikasi karena menjadi isi yang dipertukarkan antara pengirim dan penerima pesan. Informasi juga berperan penting dalam membentuk cara individu memahami realitas di sekitarnya serta memengaruhi pengambilan keputusan dan tindakan.

Selain itu, model Shannon–Weaver atau yang dikenal sebagai Teori Komunikasi Matematis memandang informasi sebagai ukuran ketidakpastian atau tingkat keacakan suatu pesan. Model yang dikembangkan oleh Claude Shannon dan Warren Weaver pada tahun 1949 ini menempatkan informasi sebagai konsep statistik, dengan penekanan pada probabilitas pesan dapat dikirim dan diterima secara akurat. Dalam perspektif ini, informasi didefinisikan sebagai kemampuan pesan untuk mengurangi ketidakpastian dalam pikiran penerima setelah pesan diterima.

Menurut Shannon–Weaver, informasi merupakan selisih antara tingkat ketidakpastian sebelum pesan dikirim dan ketidakpastian yang muncul akibat gangguan selama proses transmisi. Untuk mengukur hal tersebut, model ini menggunakan konsep entropi ( $H$ ), yaitu ukuran matematis yang menggambarkan tingkat ketidakpastian atau keacakan suatu pesan. Dalam konteks komunikasi, entropi mencerminkan jumlah informasi yang terkandung dalam pesan.

Secara matematis, informasi dirumuskan sebagai:

$$I = H(\text{sumber}) - H(\text{kebisingan})$$

di mana  $I$  menunjukkan isi informasi pesan,  $H$  (sumber) menggambarkan tingkat ketidakpastian pesan sebelum dikirimkan, dan  $H$  (kebisingan) menunjukkan ketidakpastian tambahan yang muncul akibat gangguan atau kesalahan selama proses penyampaian pesan (Fazira, 2024).

Berdasarkan model tersebut, isi informasi suatu pesan ditentukan oleh seberapa besar ketidakpastian awal yang dapat dikurangi setelah proses transmisi. Oleh karena itu, tujuan utama komunikasi adalah meminimalkan gangguan atau kebisingan agar isi informasi yang diterima menjadi maksimal. Secara keseluruhan, model Shannon–Weaver menegaskan bahwa informasi dalam komunikasi merupakan ukuran pengurangan ketidakpastian pada penerima, dengan entropi sebagai alat konseptual untuk mengukurnya.

### **2.1.3. Kerangka Teoritis**

#### **2.1.3.1. *Information Quality Theory***

Information Quality Theory berkembang dari kebutuhan untuk memahami apa yang dimaksud dengan “kualitas” dalam konteks informasi dan sistem informasi. Sebelum penelitian Wang & Strong, kualitas informasi sering dipahami secara teknis semata, misalnya hanya menekankan akurasi data. Namun, melalui studi empiris yang melibatkan para pengguna data, Richard Y. Wang dan Diane M. Strong (1996) menggeser paradigma tersebut dengan menekankan bahwa kualitas informasi harus dilihat dari perspektif pengguna, bukan hanya dari sisi sistem.

Mereka mengembangkan kerangka konseptual yang hingga kini menjadi rujukan utama dalam penelitian kualitas informasi.

Menurut Wang dan Strong (1996), kualitas informasi dapat diartikan sebagai “*Fitness for use*,” yang merujuk pada sejauh mana informasi tersebut tepat dan pantas untuk memenuhi kebutuhan pengguna dalam situasi tertentu. Wang & Strong menegaskan bahwa kualitas informasi tidak bersifat tetap, tetapi bergantung pada kebutuhan, tujuan, dan konteks di mana informasi itu digunakan oleh individu. Oleh karena itu, meskipun informasi tersebut akurat, hal itu belum tentu dianggap bermutu jika tidak relevan atau tidak dapat dimanfaatkan sesuai dengan kebutuhan pengguna, ini menunjukkan bahwa kualitas informasi memiliki sifat yang kontekstual, multidimensi, dan berorientasi pada pengguna (*user oriented*).

Dalam penelitian empirisnya, Wang & Strong mengidentifikasi bahwa kualitas informasi terdiri dari beberapa dimensi yang dikelompokkan ke dalam empat kategori utama, yaitu:

- 1) *Intrinsic quality*, yang merujuk pada kualitas yang melekat pada informasi itu sendiri. Dalam kategori ini, informasi dianggap memiliki nilai kualitas apabila ia benar secara faktual, dapat dipercaya, dan tidak bias. Artinya, informasi harus memiliki tingkat kebenaran yang tinggi dan berasal dari sumber yang memiliki reputasi baik. Wang dan Strong menekankan bahwa meskipun informasi dapat diakses dengan mudah atau relevan dengan kebutuhan tertentu, ia tetap tidak dapat dikatakan berkualitas apabila secara intrinsik mengandung kesalahan atau tidak kredibel. Oleh karena itu, aspek

kepercayaan dan kebenaran menjadi fondasi utama dalam menilai kualitas informasi.

- 2) *Contextual quality*, yang menempatkan kualitas informasi dalam hubungannya dengan situasi penggunaan. Informasi yang baik harus relevan dengan kebutuhan pengguna dan mampu memberikan manfaat nyata dalam penyelesaian tugas atau pengambilan keputusan. Dalam konteks ini, kualitas tidak hanya ditentukan oleh isi informasi, tetapi juga oleh ketepatan waktu, kelengkapan, serta kesesuaiannya dengan permasalahan yang sedang dihadapi. Informasi yang sangat akurat sekalipun bisa menjadi tidak berkualitas apabila tidak relevan dengan kebutuhan pengguna atau tidak tersedia pada waktu yang dibutuhkan. Dengan demikian, kualitas informasi selalu terikat pada konteks pemanfaatannya.
- 3) *Representational quality*, yang berkaitan dengan bagaimana informasi disajikan kepada pengguna. Wang dan Strong menjelaskan bahwa informasi yang berkualitas harus ditampilkan dalam bentuk yang jelas, konsisten, dan mudah dipahami. Penyajian yang ambigu, tidak sistematis, atau membingungkan dapat menurunkan kualitas informasi meskipun isinya benar. Oleh karena itu, cara representasi informasi memegang peranan penting dalam memastikan bahwa pengguna dapat menafsirkan makna informasi secara tepat. Kualitas dalam kategori ini menekankan pentingnya kejelasan struktur, format yang teratur, serta bahasa yang dapat dipahami oleh pengguna.

4) *Accessibility quality*, yang merujuk pada sejauh mana informasi dapat diperoleh dan digunakan oleh pihak yang berhak. Informasi yang berkualitas tidak hanya harus benar dan relevan, tetapi juga harus dapat diakses dengan mudah ketika dibutuhkan. Di sisi lain, aspek keamanan juga menjadi bagian penting dalam kategori ini, karena informasi harus terlindungi dari akses yang tidak sah. Dalam lingkungan digital, aksesibilitas mencakup kemudahan pencarian, ketersediaan sistem, serta perlindungan data. Dengan demikian, kualitas informasi juga dipengaruhi oleh infrastruktur dan mekanisme distribusi informasi itu sendiri.

## **2.2. Kerangka Pemikiran**

Kerangka berpikir merupakan model konseptual yang menjelaskan bagaimana teori berhubungan dengan variabel-variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini, kerangka pemikiran digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen yaitu literasi media dalam penggunaan ChatGPT dan variabel dependen yaitu kualitas informasi akademik mahasiswa.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh literasi media digital penggunaan ChatGPT terhadap kualitas informasi akademik mahasiswa di Universitas Pasundan. penelitian ini menggunakan pendekatan Digital and Media Literacy (Renee hobbs, 2011) sebagai dasar dalam mengukur variabel literasi media. Konsep ini menjelaskan bahwa literasi media merupakan seperangkat pengetahuan, keterampilan, serta sikap yang memungkinkan individu untuk mengakses, memahami, mengevaluasi, serta menggunakan informasi secara

kritis dan bertanggung jawab melalui berbagai media digital. Dalam konteks penggunaan ChatGPT, literasi media menjadi sangat penting karena mahasiswa tidak hanya dituntut mampu memperoleh informasi secara cepat, tetapi juga harus mampu memahami isi informasi, menilai keakuratan informasi, serta memanfaatkannya secara etis dalam kegiatan akademik.

Dalam penelitian ini, literasi media dalam penggunaan ChatGPT diukur berdasarkan empat dimensi utama, yaitu *access, analyze, create, reflect, act*.

1) *Access*

Dimensi ini merujuk pada kemampuan mahasiswa dalam mencari, menemukan, serta memperoleh informasi melalui ChatGPT secara efektif sesuai dengan kebutuhan akademik. Kemampuan ini tercermin dari bagaimana mahasiswa menyusun pertanyaan (prompt) yang jelas, menggunakan fitur ChatGPT dengan tepat, serta memperoleh jawaban yang relevan dengan kebutuhan pembelajaran. Semakin baik kemampuan mahasiswa dalam mengakses informasi melalui ChatGPT, maka semakin besar peluang mereka untuk memperoleh informasi akademik yang berkualitas.

2) *Analyze*

Dimensi ini berkaitan dengan kemampuan mahasiswa dalam memahami isi informasi yang diberikan oleh ChatGPT, menangkap inti pembahasan, serta menginterpretasikan makna informasi secara tepat. Kemampuan analisis sangat penting agar mahasiswa tidak hanya menerima informasi secara

pasif, tetapi juga mampu menyesuaikan informasi tersebut dengan konteks akademik yang sedang dipelajari. Semakin baik kemampuan mahasiswa dalam menganalisis informasi dari ChatGPT, maka semakin tinggi kemungkinan informasi tersebut dapat digunakan secara efektif dalam mendukung proses belajar.

### 3) *Create*

Dimensi ini berkaitan dengan kemampuan mahasiswa dalam mengolah, menyusun kembali, dan memanfaatkan informasi yang diperoleh dari ChatGPT untuk menghasilkan pemahaman atau karya akademik yang bermakna. Mahasiswa tidak hanya dituntut untuk menerima informasi, tetapi juga mampu mengadaptasi, mengembangkan, serta menyajikannya kembali dengan bahasa dan pemahaman sendiri sesuai kebutuhan akademik. Kemampuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa mampu menggunakan ChatGPT sebagai alat bantu pembelajaran secara aktif, kreatif, dan produktif.

### 4) *Reflect*

Dimensi ini merujuk pada kemampuan mahasiswa untuk mengevaluasi kualitas, akurasi, kredibilitas, serta relevansi informasi yang dihasilkan oleh ChatGPT secara kritis dan bertanggung jawab. Mengingat teknologi berbasis kecerdasan buatan masih berpotensi menghasilkan informasi yang kurang tepat, mahasiswa perlu melakukan verifikasi melalui sumber akademik lain seperti jurnal ilmiah, buku referensi, maupun sumber

terpercaya lainnya. Selain itu, dimensi ini juga mencakup kesadaran dalam menggunakan informasi secara etis, seperti menghindari plagiarisme, tidak menggunakan hasil ChatGPT secara mentah, serta tetap menjunjung integritas akademik dalam proses pembelajaran.

#### 5) *Act*

Dimensi ini merujuk pada kemampuan mahasiswa dalam memanfaatkan informasi yang diperoleh dari ChatGPT untuk mendukung tindakan nyata dalam proses pembelajaran, seperti menyelesaikan tugas, berpartisipasi dalam diskusi akademik, serta berbagi informasi dengan rekan belajar. Dimensi ini menekankan bahwa penggunaan ChatGPT tidak hanya berhenti pada tahap memperoleh dan memahami informasi, tetapi juga pada kemampuan mahasiswa dalam menerapkan informasi tersebut secara produktif dan bertanggung jawab untuk mendukung aktivitas akademik. Semakin baik kemampuan mahasiswa dalam mengimplementasikan informasi dari ChatGPT ke dalam tindakan akademik, maka semakin optimal pula manfaat ChatGPT dalam menunjang proses belajar.

Sementara itu, variabel kualitas informasi akademik diukur berdasarkan *information quality theory* yang dikemukakan oleh Richard Y. Wang dan Diane M. Strong (1996), yang meliputi dimensi *intrinsic quality*, *contextual quality*, *representational quality*, *accessibility quality*.

#### 1) *Intrinsic Quality* (Kualitas Intrinsik)

Kualitas intrinsik merujuk pada kualitas yang melekat pada informasi itu sendiri, terlepas dari siapa yang menggunakannya atau dalam konteks apa informasi tersebut digunakan. Dalam perspektif Wang & Strong, informasi dikatakan berkualitas apabila secara faktual benar, dapat dipercaya, dan memiliki tingkat objektivitas yang tinggi.

2) *Contextual Quality* (Kualitas Kontekstual)

Kualitas kontekstual berkaitan dengan sejauh mana informasi sesuai dengan kebutuhan pengguna dalam situasi tertentu. Menurut Wang & Strong, kualitas informasi tidak bersifat mutlak, melainkan tergantung pada konteks penggunaannya (*fitness for use*).

3) *Representational Quality* (Kualitas Representasional)

Kualitas representasional merujuk pada bagaimana informasi disajikan dan dipahami oleh pengguna. Wang & Strong menekankan bahwa informasi yang berkualitas harus ditampilkan secara jelas, konsisten, tidak ambigu, dan mudah ditafsirkan.

4) *Accessibility Quality* (Kualitas Aksesibilitas)

Kualitas aksesibilitas berkaitan dengan kemudahan memperoleh dan menggunakan informasi, serta aspek keamanan dalam mengaksesnya. Dalam teori Wang & Strong, informasi yang berkualitas harus dapat diakses oleh pengguna yang berhak dengan mudah dan efisien.

Hubungan antara literasi media dalam penggunaan ChatGPT dan kualitas informasi akademik dapat dipahami sebagai proses pemanfaatan teknologi digital

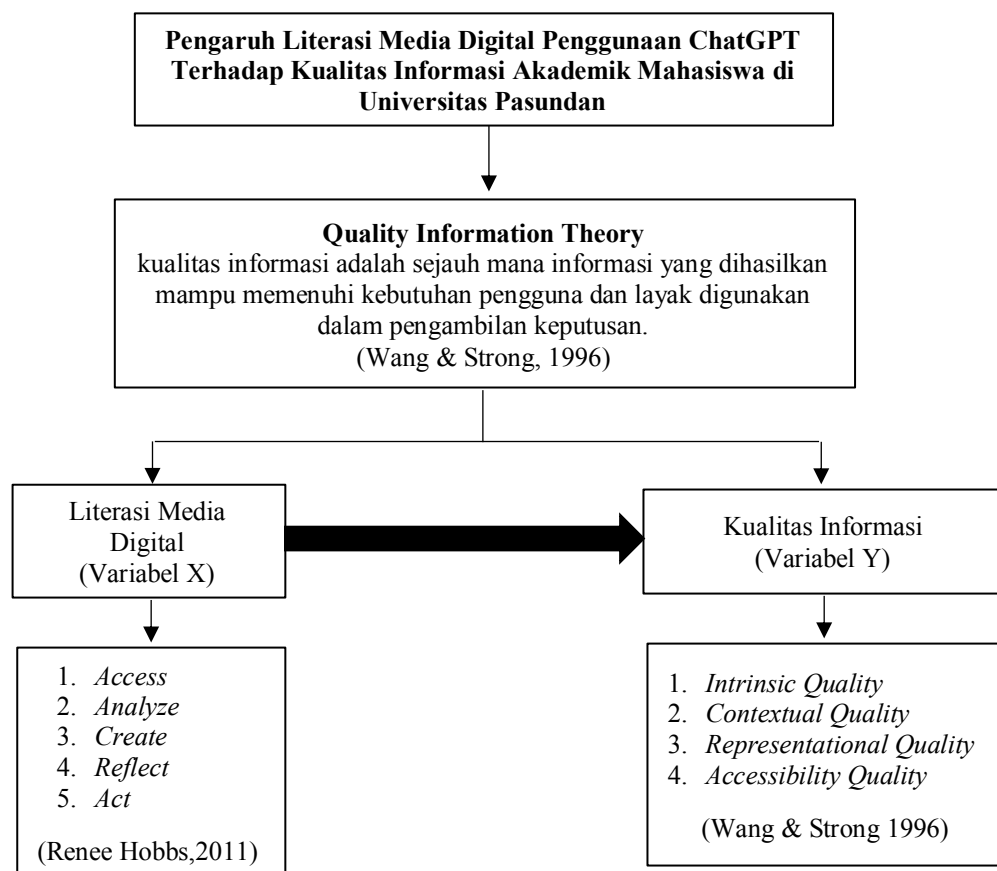
dalam mendukung aktivitas akademik mahasiswa. Penggunaan ChatGPT dipengaruhi oleh persepsi mahasiswa terhadap manfaat dan kemudahan dalam menggunakan teknologi tersebut. Semakin tinggi tingkat penerimaan dan penggunaan ChatGPT, maka semakin besar kemungkinan mahasiswa memanfaatkan teknologi ini sebagai sumber informasi dalam kegiatan akademik.

Penggunaan ChatGPT yang tinggi berpotensi memengaruhi kualitas informasi akademik yang diperoleh mahasiswa. ChatGPT mampu menyediakan informasi secara cepat dan relevan, sehingga dapat membantu mahasiswa dalam memahami materi, merangkum konsep, serta menyelesaikan tugas akademik. Namun, kualitas informasi yang dihasilkan tetap bergantung pada bagaimana teknologi tersebut digunakan dalam konteks akademik.

Dengan demikian, semakin tinggi tingkat penggunaan ChatGPT oleh mahasiswa, maka semakin besar kemungkinan informasi yang diperoleh memiliki kualitas yang baik, seperti akurasi, relevansi, kelengkapan, dan ketepatan waktu. Kerangka pemikiran ini menjadi dasar dalam menguji apakah terdapat pengaruh penggunaan ChatGPT terhadap kualitas informasi akademik mahasiswa di Universitas Pasundan.

Dengan demikian, semakin tinggi tingkat literasi media dalam penggunaan ChatGPT, maka semakin besar kemungkinan informasi yang diperoleh memiliki kualitas yang baik, seperti akurasi, relevansi, kelengkapan, serta ketepatan waktu. Literasi media memungkinkan mahasiswa untuk tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga mengolah serta memanfaatkan informasi tersebut secara

kritis dan bertanggung jawab. Kerangka pemikiran ini menjadi dasar dalam menguji apakah terdapat pengaruh literasi media digital penggunaan ChatGPT terhadap kualitas informasi akademik mahasiswa di Universitas Pasundan.



**Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran**

### 2.3. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas permasalahan penelitian yang masih perlu dibuktikan melalui pengujian empiris. Menurut Cooper dan Schindler (2014) dalam (Suryadi dkk, 2019), hipotesis adalah pernyataan yang dirumuskan untuk diuji menggunakan data empiris dan bertujuan untuk menjelaskan dugaan

hubungan antarvariabel dalam penelitian. Dengan demikian, kebenaran suatu hipotesis harus dibuktikan melalui proses pengumpulan serta analisis data (Argani, 2024).

Berdasarkan judul penelitian “Pengaruh Literasi Media Digital Penggunaan ChatGPT Terhadap Kualitas Informasi Akademik Mahasiswa Universitas Pasundan”, serta mengacu pada landasan teori dan kerangka pemikiran yang telah dipaparkan sebelumnya, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi media dalam penggunaan ChatGPT (X) terhadap kualitas informasi (Y) akademik pada mahasiswa.
- 2) Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Access* (X1) terhadap kualitas informasi (Y) akademik pada mahasiswa.
- 3) Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Analyze* (X2) terhadap kualitas informasi (Y) akademik pada mahasiswa.
- 4) Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Create* (X3) terhadap kualitas informasi (Y) akademik pada mahasiswa.
- 5) Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Reflect* (X4) terhadap kualitas informasi (Y) akademik pada mahasiswa.
- 6) Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Act* (X5) terhadap kualitas informasi (Y) akademik pada mahasiswa