

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

ChatGPT atau *a generative pre-trained transformer* merupakan kecerdasan buatan yang dikembangkan oleh OpenAI, diluncurkan pada November 2022 dan dengan cepat mendapatkan perhatian publik. Dalam waktu hanya lima hari, platform ChatGPT berhasil menarik satu juta pengguna menunjukkan daya tarik yang besar di kalangan masyarakat (AIPRM, 2024). ChatGPT adalah *chatbot* kecerdasan buatan (AI) yang menggunakan pemrosesan bahasa alami untuk menciptakan dialog percakapan seperti manusia. ChatGPT bekerja dengan memproses permintaan pengguna dan menghasilkan tanggapan.

Teknologi ini dilatih menggunakan pembelajaran penguatan, yang mana umpan balik manusia dan sistem peringkat membantu menentukan respons terbaik. Awalnya, ChatGPT dirancang untuk membantu berbagai aktivitas sehari-hari, seperti menyelesaikan tugas, membuat kode pemrograman, atau menulis cerita. Namun, selain itu fungsi utamanya, ChatGPT dimanfaatkan oleh Gen Z sebagai sarana untuk memperoleh validasi emosional melalui interaksi virtual verbal. Dirancang sebagai alat multifungsi, ChatGPT memungkinkan pengguna berkomunikasi secara verbal melalui teks, menciptakan pengalaman interaksi yang terasa alami, seolah-olah berkomunikasi dengan manusia (Lammertyn, 2024).

### **1.2 Latar Belakang Masalah**

Digitalisasi telah mengubah lanskap kehidupan manusia secara fundamental dalam dua dekade terakhir, *World Economic Forum* (2023) melaporkan bahwa 63% populasi global kini terhubung ke internet, menandai era transformasi digital yang masif. Fenomena ini dipercepat oleh pandemi COVID-19, yang mana aktivitas digital meningkat hingga 300% pada tahun 2020-2021. Penetrasi internet global mencapai 5,3 miliar pengguna pada tahun 2023, meningkat 7% dari tahun sebelumnya. Di Asia Tenggara, pertumbuhan ekonomi digital mencapai USD 200 miliar pada tahun 2022, dengan Indonesia sebagai kontributor terbesar mencapai

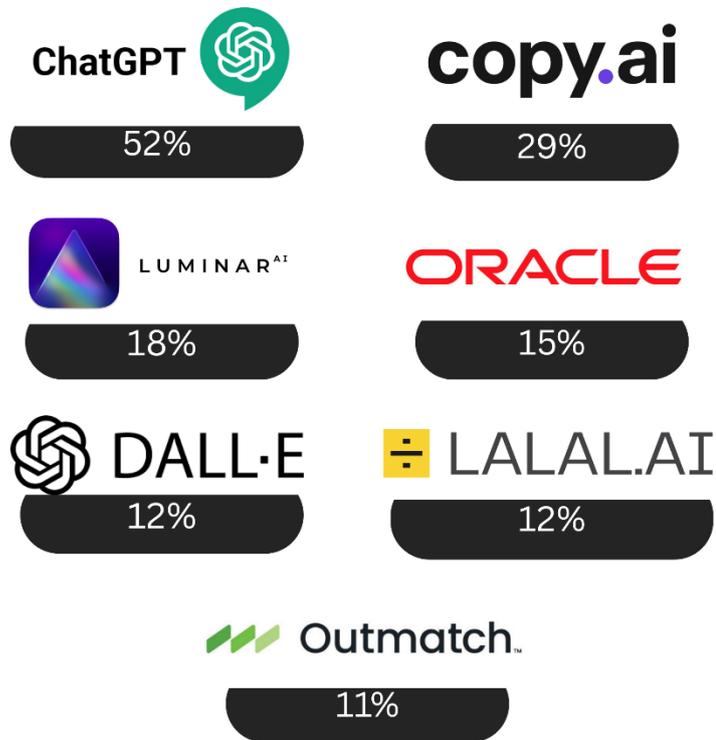
USD 77 miliar (Hoppe et al., 2023; *International Telecommunication Union*, 2023; UNCTAD, 2023). Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII) pada tahun 2022-2023, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 215,62 juta orang, meningkat 2,67% dari tahun sebelumnya, yang mewakili 78,19% dari populasi Indonesia (Kurniawati et al., 2024).

Kehadiran teknologi digital tidak hanya mengubah cara manusia berkomunikasi, tetapi juga mentransformasi seluruh aspek kehidupan, mulai dari pendidikan, pekerjaan hingga interaksi sosial (Chen & Li, 2023). Transformasi digital ini telah menciptakan paradigma baru dalam interaksi manusia, yang mana batas antara ruang fisik dan digital semakin kabur (Park et al., 2023). Terutama dalam cara masyarakat berkomunikasi dan memproses informasi. Era digital ini ditandai dengan penetrasi teknologi yang masif dalam berbagai aspek kehidupan, mulai dari komunikasi hingga penyelesaian masalah sehari-hari. Responden global menghabiskan lebih dari enam jam sehari berinteraksi dengan perangkat digital, menunjukkan ketergantungan yang signifikan terhadap teknologi dalam kehidupan sehari-hari (Rodriguez & Kim, 2023).

Seiring dengan pesatnya perkembangan digitalisasi, salah satu inovasi yang paling signifikan adalah bermunculan teknologi *artificial Intelligence* (AI). Menurut laporan *McKinsey Global Institute* (2023) investasi global dalam pengembangan AI mencapai USD 120 miliar pada tahun 2022, meningkat 40% dari tahun sebelumnya. Teknologi AI telah mengalami evolusi yang dramatis dalam kemampuannya memproses dan memahami bahasa manusia dari sistem berbasis aturan sederhana menjadi model bahasa yang kompleks seperti *Large Language Models* (LLMs). Perusahaan global telah mengadopsi setidaknya satu bentuk AI dalam operasi mereka sebesar 72%, dengan *Natural Language Processing* (NLP) menjadi aplikasi yang banyak diimplementasikan (Deloitte, 2023). Adopsi AI dalam sektor bisnis dan layanan publik meningkat sebesar 45% sejak tahun 2021, menandai era baru dalam transformasi digital nasional. Perkembangan ini membuka jalan bagi inovasi dalam interaksi manusia-mesin, khususnya melalui teknologi chatbot yang semakin canggih dan responsif (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2023).

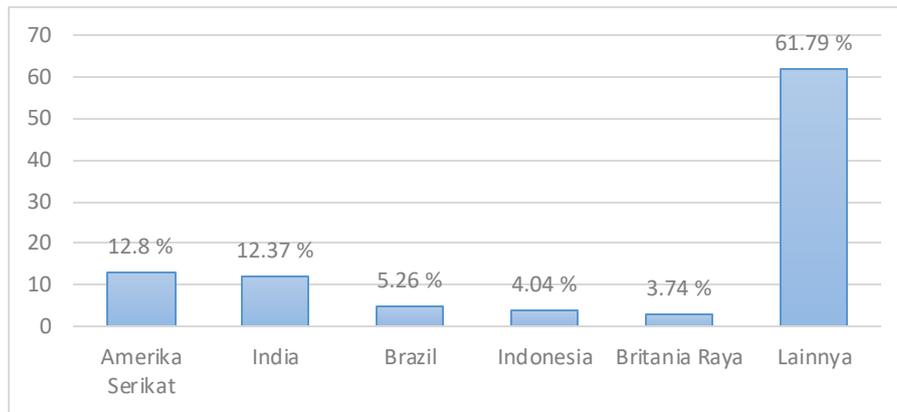
Perkembangan teknologi *artificial intelligence* (AI) telah mengalami kemajuan pesat dalam beberapa tahun terakhir, dengan chatbot menjadi salah satu manifestasi yang signifikan. Menurut laporan *Global Market Insights* (2023), pasar global chatbot diproyeksikan mencapai nilai USD 50 miliar pada tahun 2026, menunjukkan pertumbuhan tahunan sebesar 25% sejak 2020. Teknologi AI, khususnya dalam bentuk *Large Language Models* (LLM), telah mengubah cara chatbot berinteraksi dengan manusia, dari yang sebelumnya hanya berbasis aturan sederhana menjadi lebih natural dan kontekstual (Cheng et al., 2022). Kemampuan chatbot modern untuk memahami dan merespon bahasa natural telah membuka berbagai kemungkinan penggunaan baru, mulai dari pendidikan hingga dukungan baru, mulai dari pendidikan hingga dukungan kesehatan mental.

Salah satu temuan penting dalam penelitian terdahulu oleh Mirae et al. (2024) di Korea Selatan mengungkapkan bahwa 68% pengguna merasa lebih nyaman berbagi masalah pribadi dengan chatbot dibandingkan dengan manusia, terutama dalam konteks isu yang sensitif. Temuan ini tidak hanya menggambarkan preferensi pengguna, tetapi juga menunjukkan urgensi baru dalam cara masyarakat memandang dan mengakses dukungan emosional. Mirae dan rekannya menyoroti bahwa pengguna menempatkan harga yang terjangkau dan kenyamanan ini berkorelasi kuat dengan fitur-fitur desain chatbot yang disesuaikan dengan kebutuhan psikologis pengguna, seperti kemampuan terhubung dengan konselor profesional dan tampilan chatbot yang menyerupai manusia. Pada konteks global chatbot AI menawarkan alternatif solusi yang skalabel dan dapat diakses. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi AI Indonesia (2023), penggunaan chatbot di Indonesia telah meningkat sebesar 156% sejak tahun 2022, dengan ChatGPT mendominasi 45% pangsa pasar, diikuti oleh platform AI lokal yang mencapai 30%.



**Gambar 1.1 Aplikasi AI Paling Banyak Digunakan di Indonesia**  
*Sumber: Annur, 2023*

Penggunaan teknologi berbasis AI di Indonesia, telah tumbuh pesat di berbagai kalangan terutama di antara generasi Z yang dikenal adaptif terhadap inovasi digital. berdasarkan survei Katadata.co.id pada April 2023 yang melibatkan lebih dari 500 responden dari pulau Jawa, Sumatra, dan wilayah lainnya, ChatGPT tercatat sebagai aplikasi chatbot AI yang paling banyak digunakan, dengan persentase mencapai 52% mengungguli platform lain seperti Copy.ai dan Luminar.ai. Dominasi ChatGPT tidak lepas dari keunggulannya dalam merespons bahasa natural secara kontekstual, memberikan jawaban yang relevan dan personal, serta kemampuannya menciptakan pengalaman percakapan yang terasa lebih “manusiawi”. Bahkan, dengan fitur tambahan seperti *voice input*, *costume instructions*, dan kemampuan mempresonalisasi gaya komunikasi, ChatGPT dinilai lebih responsif dan intuitif dibandingkan chatbot lainnya (Wibowo, 2024).



**Gambar 1.2 Jumlah Penggunaan ChatGPT berdasarkan Negara**

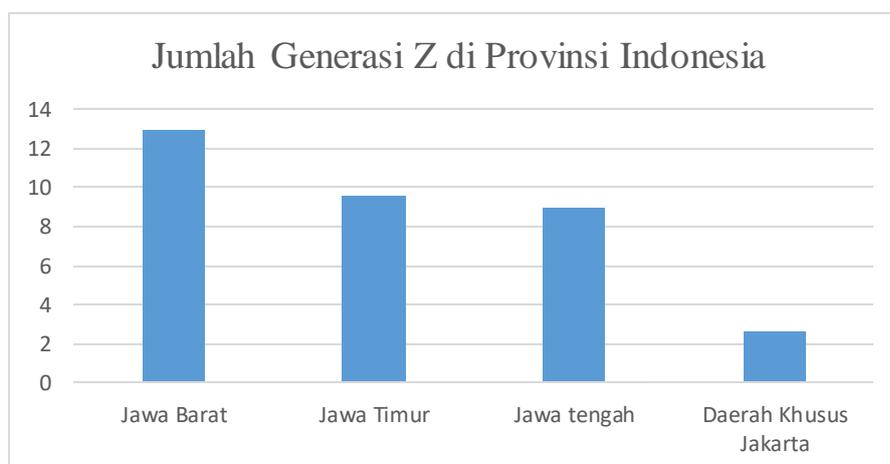
*Sumber: YouGov, 2024*

Selain itu, mengacu pada laporan YouGov (2024) Indonesia menempati posisi keempat sebagai negara dengan jumlah pengguna ChatGPT terbanyak secara global, dengan kontribusi sebesar 4,04% dari total pengguna. Fenomena ini menunjukkan minat yang tinggi terhadap pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan di tengah masyarakat Indonesia. Pada hasil penelitiannya Norsely et al., (2023) menemukan bahwa anak muda di Indonesia cenderung lebih bebas membicarakan masalah pribadi dengan ChatGPT karena menganggapnya sebagai penilai yang objektif dan mampu memberikan solusi. Hal ini menunjukkan pergeseran pola interaksi, di mana AI bukan hanya sekedar alat, tetapi juga menjadi media bagi bentuk komunikasi baru yang berbeda dari interaksi manusia tradisional. Hal ini memperlihatkan bahwa ChatGPT tidak hanya digunakan sebagai alat bantu teknis, tetapi juga sebagai medium strategis dalam mendukung produktivitas dan ekspresi individual.

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi AI dalam bentuk interaktif kecerdasan buatan, generasi yang paling adaptif terhadap perubahan ini adalah generasi Z. Karakteristik unik generasi Z sebagai: *digital native*” menjadikan mereka sangat mahir dalam mengoperasikan berbagai perangkat digital dan beradaptasi dengan teknologi baru (Anam et al., 2021). Kemampuan adaptasi yang tinggi pada Generasi Z sejalan dengan temuan Kurniawati et al. (2024) bahwa, Generasi Z memiliki karakteristik unik dalam mengidentifikasi teknologi ke dalam

proses pembelajaran dan komunikasi mereka, dengan tingkat literasi digital rata-rata 35% lebih tinggi dibandingkan Generasi Milenial. Dalam konteks ini, Generasi Z yang mencakup individu kelahiran tahun 1997 hingga 2012 muncul sebagai kelompok demografis yang paling adaptif terhadap perkembangan teknologi. Adapun, Generasi Z diidentifikasi sebagai generasi “*digital savvy*” yang memiliki kemampuan superior dalam mengadopsi dan menggunakan teknologi digital. Kemampuan ini tidak terlepas dari fakta bahwa mereka tumbuh di era dengan akses internet yang melimpah dan perkembangan teknologi yang pesat. Hal ini menjadikan Generasi Z sebagai pengguna aktif berbagai platform digital, termasuk chatGPT.

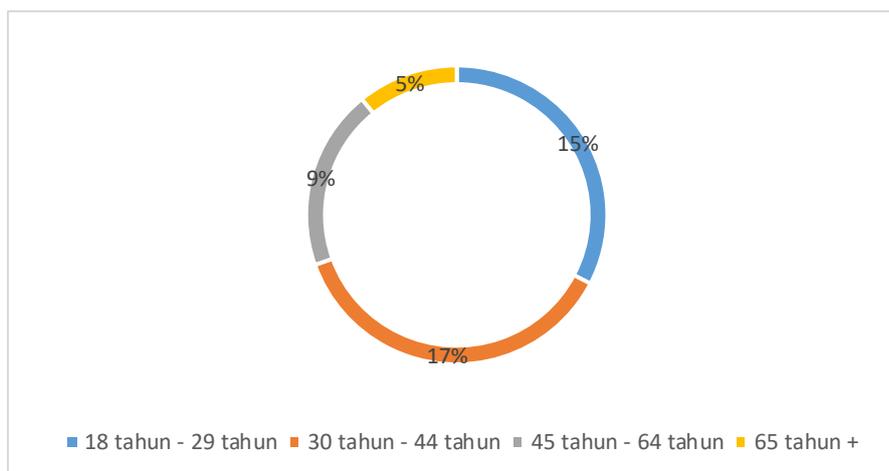
Generasi Z, atau dikenal sebagai Gen Z mencakup individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Berdasarkan hasil Sensus Penduduk Indonesia tahun 2020. Adapun juga generasi Z merupakan kelompok usia terbesar di Indonesia, mewakili 27,94% dari keseluruhan populasi (BPS, 2020). Menurut Buhalis dan Karatay (2022) mengidentifikasi bahwa Gen Z mempunyai beberapa karakteristik khas yang mencerminkan kehidupan di era digital yang pesat. Gen Z dikenal sebagai generasi yang “*digital savvy*” atau memiliki keahlian dalam menggunakan teknologi digital serta cepat beradaptasi dengan teknologi baru. Hal ini disebabkan oleh pesatnya perkembangan teknologi dan tumbuh saat tingginya akses terhadap internet.



**Gambar 1.3 Jumlah Generasi Z di Provinsi Indonesia**

Sumber: Kompas.com, 2024

Berdasarkan data yang dipublikasikan oleh Kompas.com (2024) juga memeberikan hasil survei jumlah populasi Generasi Z di Indonesia. Paling banyak berasal dari Provinsi Jawa Barat (12,9 juta orang), Jawa Timur (9,6 juta orang), Jawa Tengah (9 juta orang) dan Daerah Khusus Jakarta (2,6 juta orang). Hal ini menunjukkan bahwa wilayah-wilayah tersebut memiliki konsentrasi Gen Z yang tinggi dibandingkan daerah lainnya. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandung data sensus 2022, dari 2,44 juta penduduk Kota Bandung, tercatat 51 persen didominasi oleh generasi Z. Kemudian, Kota Bandung meraih Skor Indeks Masyarakat Digital Indonesia (IMDI) dengan kategori yang sangat tinggi pada 2024 dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo RI) pilah keterampilan digital Kota Bandung mencapai 63,29% sehingga, dapat di asumsikan Kota Bandung menunjukkan kemajuan signifikan dalam penerapan digitalisasi (Din, 2022; Ismi, 2024).



**Gambar 1.4 Penggunaan ChatGPT Berdasarkan Usia**

*Sumber: YouGov, 2024*

Survei penggunaan AI juga dilakukan secara daring pada April 2023 dan diikuti oleh lebih dari 500 responden di pulau Jawa, Sumatra, dan lainnya. Kecepatan pendistribusian disambut sebagai penolong karena telah memuaskan keinginan dan selera dari pengguna. Penggunaan ChatGPT berdasarkan data dari YouGov (2024), lebih banyak ditemukan dikalangan usia muda. Sebanyak 17%

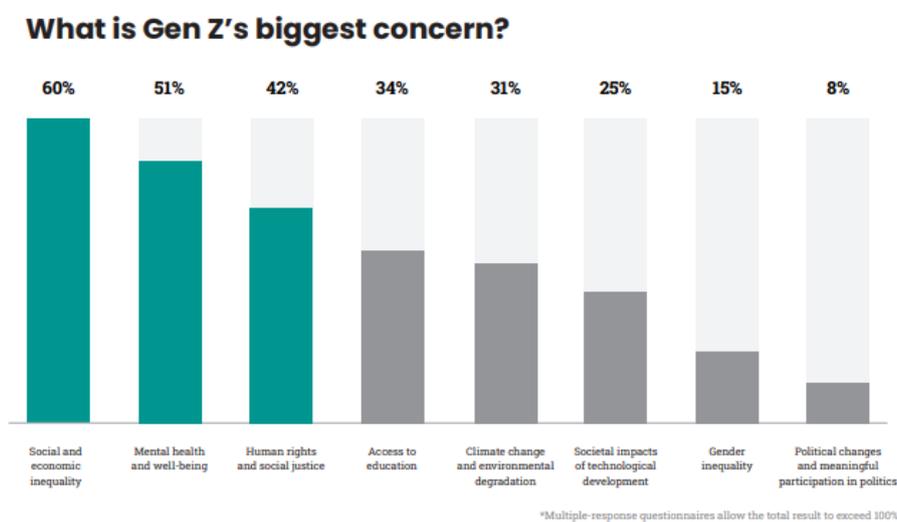
dari kelompok usia 30 hingga 44 tahun telah menggunakan ChatGPT, diikuti oleh 15% dari kelompok usia 18 hingga 29 tahun.

Lo (2023), Wang & Liu (2022), dan Glikson & Wolley (2020) memaparkan kemampuan dalam menggunakan AI berbasis chatbot tidak hanya membantu dalam mengerjakan tugas atau menjawab pertanyaan dengan mudah. ChatGPT di rangkai menggunakan *generative pre-trained transformer* untuk menghasilkan tanggapan mirip manusia dan menghasilkan respon berdasarkan konteks narasi. ChatGPT AI yang banyak dimanfaatkan dalam komunikasi Gen Z saat ini berbasis kecerdasan yang memiliki interaksi dua arah secara instan, menghadirkan pengalaman komunikasi yang *real-time*. ChatGPT AI terbukti mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan komunikasi generasi muda melalui respon cepat, aksesibilitas, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan bahasa sehari-hari. ChatGPT menjadi representasi AI yang mulai menunjukkan bahwa ChatGPT AI membantu memperkuat interaksi pengguna melalui simulasi verbal yang responsif dan imersif. ChatGPT digunakan agar mengenali pola bahasa dan perilaku manusia sehingga tampak alami dan responsif dari interaksi di mana sifat interaksional kecerdasan buatanya dapat mengubah perilaku berdasarkan isyarat dari lingkungan.

Komunikasi interpersonal pada penggunaan AI ChatGPT ini turut mempengaruhi bagaimana gen Z memproses dan mengekspresikan emosi. Respons ChatGPT yang menampilkan empati, mendorong saran hingga dorongan yang mencerminkan kemampuan teknologi ini agar beradaptasi dengan gaya bahasa dan tanggapan sesuai dengan kebutuhan emosional pengguna (Zahrani & Haqqu, 2024). Hubungan ini membuat kecerdasan buatan seperti ChatGPT memiliki peran sebagai komunikator yang aktif sehingga hubungan ini bersifat impersonal, yang mana pengguna berinteraksi dengan ChatGPT untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Sementara survei dilakukan oleh Jakpat pada akhir 2024 mengungkapkan bahwa 61% Gen Z di Indonesia mengalami perubahan suasana hati yang drastis dalam enam bulan terakhir, dan 54% mengalami gangguan tidur yang menunjukkan adanya tantangan signifikan dalam kesehatan mental (Jakpat, 2024).

Dalam konteks ini, ChatGPT mulai digunakan sebagai tempat untuk mencurahkan perasaan dan keluh kesah mereka. Penelitian Norsely, Arviani, dan

Ahmad (2023) menunjukkan pengguna merasa nyaman dan aman berbicara dengan ChatGPT karena tidak perlu khawatir tentang penghakiman atau konsekuensi sosial yang mungkin terjadi saat berbagi masalah pribadi dengan orang lain. Faktor-faktor seperti rasa aman, anonimitas, dan ketersediaan ChatGPT yang 24 jam membuatnya menjadi sumber dukungan emosional yang terjangkau. Namun, seiring berjalannya waktu teknologi, hubungan ini dapat menjadi lebih personal dan kompleks. Hal ini menunjukkan bahwa dalam interaksi manusia dan mesin, tanggung jawab untuk memahami dan menafsirkan kemampuan teknologi sepenuhnya berada pada manusia (Littlejohn et al., 2021).



**Gambar 1.5 Perhatian Terbesar Generasi Z**  
(Sumber: IDN Media, 2024)

Kecenderungan Gen Z dalam menggunakan platform media sosial dan ChatGPT sebagai cara agar memenuhi kebutuhan emosional dan sosial. Gen Z menggunakan ChatGPT untuk beragam kebutuhan, termasuk mencari informasi, melakukan percakapan interaktif, hingga membangun hubungan virtual dalam konteks komunikasi sosial dan emosional (Kim & Park, 2023). Didukung oleh data yang di paparkan IDN Media (2024) tiga kekhawatiran atau perhatian terbesar generasi Z salah satunya adalah kesehatan mental dan kesejahteraan.

Permasalahan kesehatan mental di Indonesia semakin meningkat, khususnya pada generasi muda. Prevalensi gangguan mental di Indonesia mencapai 9,8% pada tahun 2021, dengan angka depresi mencapai 6,6% (Agustian & Putren, 2024).

Menurut data Katadata *Insight Center* (2023) menunjukkan bahwa sebanyak 51% Gen Z di Indonesia mengalami permasalahan kesehatan mental, termasuk kecemasan, stres, dan perasaan tidak bahagia. Selain itu, Riskesdas (2018) melaporkan bahwa 6,1% penduduk Indonesia mengalami gangguan mental emosional. Data ini menunjukkan pentingnya mengkaji faktor-faktor yang dapat membantu regulasi emosi Gen Z, termasuk melalui interaksi dengan teknologi seperti ChatGPT.

Pada konteks Gen Z, yang tumbuh di era teknologi digital, interaksi dengan ChatGPT dapat mempengaruhi cara dalam memahami dan mengelola regulasi emosi ruang sosial virtual. ChatGPT, dengan respon yang terlihat personal dan manusiawi, sering kali menciptakan ilusi bahwa penggunanya dapat berkomunikasi dengan entitas yang nyata, meskipun sebenarnya Gen Z hanya berinteraksi dengan algoritma (Adam & Larry, 2022). Dengan kehadiran ChatGPT, Gen Z dapat mengakses komunikasi dan informasi secara fleksibel serta mendapatkan pengalaman interaksi yang mirip dengan interaksi manusia, yang dapat mendukung preferensi mereka terhadap komunikasi yang instan dan dinamis. Hingga, hal ini juga dapat mempengaruhi persepsi Gen Z tentang hubungan sosial yang nyata, terutama ketika interaksi dengan AI mulai dianggap setara dengan hubungan antar-manusia (Gambetta, 2023).

Beberapa chatbot dikembangkan untuk memberikan dukungan emosional, mampu menangani berbagai isu terkait kesehatan mental, serta menawarkan panduan dalam berbagai aspek kehidupan. Bagi generasi Z menjadi tempat untuk membicarakan persoalan pribadi dengan nyaman, tanpa khawatir akan penilaian atau pengabaian. Namun terdapat dampak negatif berupa menurunnya intensitas interaksi sosial. Interaksi sosial mencakup hubungan dinamis antarindividu, interaksi antar kelompok, serta hubungan antara individu dan kelompok (Xiao, 2018). ChatGPT telah berperan dalam memberikan dukungan emosional bagi individu yang kesulitan menemukan teman atau keluarga yang bersedia mendengarkan. Meski ada anggapan bahwa teknologi tidak dapat sepenuhnya menggantikan kehangatan hubungan manusia, pengguna tetap memilih ChatGPT

sebagai tempat berbagi cerita. Pemanfaatan ChatGPT sebagai sarana untuk mencurahkan isi hati adalah sebuah fenomena baru (Norsely et al., 2023).

Salah satu penelitian terdahulu yang relevan adalah studi berjudul “*Beyond Text: ChatGPT as an Emotional Resilience Support Tool for Gen Z – A Sequential Explanatory Design Exploration*”. Penelitian ini mengeksplorasi persepsi pengguna Gen Z – A terhadap efektivitas ChatGPT, hambatan yang dihadapi serta dampak terhadap kesejahteraan emosional. Hasilnya menunjukkan bahwa ChatGPT dinilai mampu memberikan dukungan emosional melalui komunikasi yang bersifat personal. Perbedaan dengan penelitian tersebut, penelitian ini mengkaji pengaruh komunikasi interpersonal generasi Z dalam berinteraksi dengan ChatGPT terhadap regulasi emosi. Fokus utamanya adalah untuk melihat sejauh mana bentuk komunikasi yang dilakukan generasi Z dengan ChatGPT dapat berdampak pada kemampuan mereka dalam mengatur dan menyesuaikan regulasi emosi. Disisi lain, beberapa peneliti sebelumnya telah meneliti topik, judul, maupun variabel yang serupa, tetapi memiliki fokus pada aspek yang berbeda seperti subjek, target, lokasi dan variabel yang beragam. Penelitian sebelumnya juga belum secara khusus mengeksplorasi kelompok generasi Z di kota besar yaitu Bandung.

Urgensi penelitian ini terletak pada meningkatnya penggunaan ChatGPT sebagai bagian dari keseharian Gen Z dalam mencari informasi, berdiskusi, hingga mengekspresikan emosi. Sebagai generasi digital native yang tumbuh bersama teknologi, Gen Z memiliki keterikatan yang tinggi terhadap perangkat digital dan cenderung menjadikan AI, termasuk ChatGPT, sebagai mitra percakapan yang menggantikan interaksi manusia di beberapa konteks. Fenomena ini menimbulkan kekhawatiran baru mengenai bagaimana keterlibatan emosional dengan entitas non-manusia dapat memengaruhi cara Gen Z meregulasi emosinya dan membangun relasi interpersonal. Jika kecenderungan ini tidak dipahami secara ilmiah, dapat terjadi pergeseran nilai dalam komunikasi interpersonal di masa depan. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan saat ini untuk mengisi kekosongan kajian mengenai hubungan antara komunikasi interpersonal Gen Z dan interaksi dengan ChatGPT terhadap regulasi emosi, serta memberikan kontribusi pada pengembangan kajian komunikasi digital dan psikologi media di era AI.

Peneliti telah melakukan kajian pustaka dalam kurun waktu 3 tahun terakhir (2022-2024) melalui jurnal internasional dan nasional yang bereputasi. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana kecerdasan buatan mampu menciptakan komunikasi dan interaksi yang membentuk fenomena baru, yang berpotensi mengubah cara manusia berkomunikasi dan berinteraksi secara sosial. Meski manusia memiliki emosi dan perasaan yang kompleks, penggunaan kecerdasan buatan seperti ChatGPT dalam interaksi interpersonal semakin meningkat. Berdasarkan kajian terdahulu, penelitian ini menggunakan teori komunikasi interpersonal agar melihat kepercayaan, empati, dan keterbukaan generasi Z dalam berinteraksi dengan ChatGPT untuk meregulasi emosi diri generasi Z.

Perubahan dalam menanggapi interaksi dengan entitas digital seperti ChatGPT mengingatkan bahwa kecerdasan buatan ini meniru interaksi manusia, yang menyebabkan kita mempertanyakan kebenarannya. Berada dalam ruang lingkup komunikasi, khususnya dalam kajian tentang interaksi manusia dengan digital dan teknologi, peneliti ingin mengkaji bagaimana pengaruh komunikasi interpersonal Gen Z sebagai generasi yang sangat terhubung dengan teknologi, berinteraksi secara verbal dengan ChatGPT dan membentuk pengalaman secara emosional yang mendekati realitas. Kehadiran pengembangan teknologi kecerdasan buatan seperti ChatGPT membuat interaksi lebih realistis. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang akan memanfaatkan penggunaan ChatGPT sebagai adaptasi komunikasi interpersonal melalui interaksi virtual dari digitalisasi kecerdasan buatan yang berjudul **“Pengaruh Komunikasi Interpersonal Gen Z dalam Berinteraksi dengan ChatGPT Terhadap Regulasi Emosi”**.

### **1.3 Identifikasi Masalah**

Merujuk permasalahan di atas, maka penelitian ini terfokus pada permasalahan yang dapat dirumuskan dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh komunikasi interpersonal Gen Z terhadap regulasi emosi?
2. Bagaimana pengaruh komunikasi interpersonal Gen Z terhadap interaksi dengan ChatGPT?
3. Bagaimana pengaruh interaksi dengan ChatGPT terhadap regulasi emosi?

4. Apakah interaksi dengan ChatGPT memediasi hubungan antara komunikasi interpersonal Gen Z dan regulasi emosi?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian yang berkualitas adalah penelitian yang memiliki tujuan yang jelas. Untuk mencapai tujuan tersebut, langkah pertama adalah mengidentifikasi dan merumuskan masalah yang diakui sebagai masalah penting atau mendesak. Tujuan penelitian merupakan pernyataan dari hasil atau capaian yang ingin dicapai peneliti melalui studinya. Berdasarkan perumusan masalah yang ada, penelitian ini bertujuan sebagai berikut.

1. Agar mengetahui analisis pengaruh komunikasi interpersonal Gen Z terhadap regulasi emosi.
2. Agar mengetahui analisis pengaruh komunikasi interpersonal Gen Z terhadap interaksi dengan ChatGPT.
3. Agar mengetahui analisis pengaruh interaksi dengan ChatGPT terhadap regulasi emosi.
4. Agar menguji peran mediasi interaksi dengan ChatGPT dalam hubungan antara komunikasi interpersonal Gen Z dan regulasi emosi.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan agar dapat memberikan kontribusi secara teoritis maupun praktis dalam memahami dinamika interaksi antara generasi Z dan ChatGPT, khususnya dalam konteks komunikasi interpersonal dan regulasi emosi. Dengan mengkaji hubungan kausal antar variabel tersebut, penelitian ini berupaya memperkaya literatur ilmiah sekaligus memberikan masukan yang berguna bagi pengembangan layanan digital berbasis AI.

##### **1.5.1 Manfaat Akademis**

1. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam ranah komunikasi interpersonal dalam konteks digital.
2. Menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji interaksi manusia-AI, khususnya dalam konteks emosional dan psikosial.

3. Menyediakan kerangka teoritis dan empiris mengenai pengaruh komunikasi interpersonal terhadap regulasi emosi melalui media virtual, yang saat ini masih terbatas dalam konteks Gen Z.

### 1.5.2 Manfaat Praktis

1. Memberikan masukan bagi pengembang teknologi ChatGPT atau layanan berbasis AI dalam memahami cara generasi Z berinteraksi secara emosional dengan sistem mereka.
2. Memberikan wawasan bagi praktisi pendidikan, konselor mengenai potensi ChatGPT sebagai sarana penyaluran ekspresi emosional yang dekat dengan keseharian Gen Z.
3. Menjadi referensi bagi pembuat kebijakan atau organisasi yang ingin mengembangkan pendekatan digital dalam mendampingi emosional anak muda di era digital

### 1.6 Waktu dan Periode Penelitian

**Tabel 1. 1 Waktu dan Periode Penelitian**

No.	Tahapan Kegiatan	2024				2025						
		9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	
1	Penelitian pendahuluan											
2	Seminar judul											
3	Penyusunan Proposal											
4	Seminar Proposal											
5	Revisi Laporan Penelitian											
6	Penyusunan Laporan Penelitian											
7	Pelaksanaan Laporan Penelitian											
8	Pelaksanaan Sidang Tesis											

### 1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Guna memberikan pandangan yang terstruktur tentang penelitian ini, sebuah kerangka tugas akhir telah dibuat yang mencakup lima bab utama. Berikut adalah susunan bab-bab dalam penulisan tugas akhir ini.

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini memaparkan gambaran umum objek umum dan gambaran umum penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian pada aspek akademis dan praktis, serta sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN**

Pada bab ini peneliti akan menguraikan dasar teoritis yang digunakan sebagai landasan untuk menganalisis penelitian, tinjauan pustaka pada penelitian sebelumnya, kerangka konseptual penelitian, serta ruang lingkup penelitian

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini memaparkan pendekatan penelitian yang mencakup jenis penelitian, operasional variabel, skala pengukuran, tahapan penelitian, cakupan lokasi dan subjek penelitian, strategi pengumpulan data, dan analisis data penelitian.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Pada bab ini peneliti akan mengemukakan hasil analisis data yang telah diolah berupa persentase dan tabel dari setiap variabel yang di teliti.

## **BAB V PEMBAHASAN**

Bab ini akan memaparkan hasil temuan yang kemudian akan dikemukakan dalam bentuk interpretasi atau secara deskriptif mengenai hasil analisis pada penelitian ini.

## **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini peneliti akan menyimpulkan dari seluruh rangkaian keseluruhan hasil pembahasan yang telah di temukan dan kemudian peneliti akan memberikan saran sebagai penutup dari penelitian ini.