

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi kecerdasan buatan (AI) dalam sepuluh tahun terakhir telah membawa transformasi besar dalam cara manusia berinteraksi dan menjalani kehidupan sehari-hari. Salah satu inovasi luar biasa adalah hadirnya chatbot yang didukung *Large Language Model* (LLM) seperti ChatGPT yang dirancang untuk memahami serta menciptakan bahasa manusia dengan tingkat kecanggihan yang tinggi. Sejak dirilis ke publik pada akhir tahun 2022, OpenAI sebagai pencipta ChatGPT mengamati bahwa platform ini telah digunakan oleh banyak individu di seluruh dunia untuk berbagai tujuan. Selain aplikasinya dalam menyusun teks atau menjawab pertanyaan akademis, ChatGPT juga telah muncul sebagai wadah untuk mencurahkan isi hati dan kecemasan pribadi, bahkan berfungsi sebagai wadah terapi informal yang menawarkan lingkungan yang aman untuk eksplorasi emosi (Meng & Liu, 2025). Pergeseran ini tidak hanya bersifat fungsional, namun juga mulai memengaruhi dimensi psikososial kehidupan sehari-hari manusia, sehingga memunculkan cara pandang baru dalam interaksi manusia-mesin yang semakin personal dan selaras secara emosional (Gholami & Al Abdwani, 2024).

Pengguna yang paling aktif menggunakan ChatGPT datang dari kalangan anak muda, khususnya Generasi Z kelahiran (1997-2012). Generasi ini dibesarkan di tengah dunia yang serba digital sehingga terbiasa memanfaatkan teknologi untuk memenuhi berbagai kebutuhan sosial dan emosional (Zhang et al., 2025). Berbeda dengan generasi milenial yang beradaptasi pada teknologi secara bertahap, Gen Z menganggap teknologi sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari eksistensi sosial mereka. Maka dari itu, tidak heran bila sebagian dari Gen Z memilih ChatGPT sebagai tempat curhat pribadi. Interaksi seperti ini menunjukkan perubahan dalam cara manusia membangun hubungan sosial dan menciptakan ruang yang dirasa aman untuk berbagi perasaan tanpa takut dihakimi. Komunikasi yang dulunya didominasi oleh interaksi antarmanusia, kini beralih menjadi komunikasi antara manusia dan kecerdasan buatan (AI). ChatGPT kini berfungsi tidak hanya sebagai alat, tetapi juga sebagai entitas interaktif dengan makna simbolis. Bahkan,

pengguna sering kali menganggap ChatGPT memiliki karakteristik seperti manusia, seperti kemampuan berempati dan memahami perasaan (Torres, 2024). Meng & Liu (2025) mengemukakan pengguna menganggap ChatGPT sebagai ruang aman untuk membahas masalah pribadi, termasuk kesehatan mental, hubungan romantis, dan perselisihan keluarga. Mereka melaporkan perasaan lega setelah berinteraksi dengan AI yang mencerminkan manfaat psikologis yang setara dengan manfaat konseling. Ini menandakan adanya efek psikologis yang perlu dikaji secara sistematis terutama dari Generasi Z yang sering kali mengalami berbagai tekanan sosial dan emosional yang bersamaan.

Keputusan Gen Z untuk menggunakan ChatGPT tidak muncul begitu saja, tetapi berlandaskan pada isu yang lebih mendalam dalam relasi sosial mereka. Interaksi dengan sesama manusia kini dianggap semakin berisiko secara emosional karena adanya potensi penghakiman, kemungkinan penolakan, dan ketidakpastian. Sebaliknya, ChatGPT hadir sebagai alternatif yang selalu tersedia, tidak pernah menghakimi, dan memberikan respons yang terasa personal. Bayor et al., (2025) menegaskan bahwa ketergantungan emosional pada AI terbentuk karena mesin dipersepsikan lebih aman secara emosional dibandingkan manusia. Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z memilih ChatGPT bukan hanya karena kecanggihan teknologinya, tetapi juga karena anggapan bahwa hubungan antarmanusia tidak lagi cukup bermakna atau terlalu berisiko secara emosional. Turkle (2011) bahkan memperingatkan bahwa komunikasi yang semakin canggih dapat mengisolasi manusia secara sosial. Mereka merasa terhubung secara digital, tetapi pada kenyataannya, semakin merasakan kesepian (Turkle, 2011).

Fenomena ini merupakan hasil dari krisis kepercayaan sosial yang sedang dialami oleh Generasi Z di seluruh dunia. Sebuah survei oleh YouGov yang dilakukan pada bulan Juli 2019 menunjukkan bahwa 30% Gen Z sering atau selalu merasakan kesepian. Sebanyak 27% dari Gen Z mengakui tidak memiliki teman dekat, sementara 22% lainnya tidak memiliki sahabat. Ironisnya, situasi ini terjadi di zaman dengan teknologi konektivitas digital yang paling maju (Ballard, 2019). Tingginya tingkat kesepian tersebut menjadi salah satu faktor utama mengapa Gen Z beralih kepada AI sebagai pengganti interaksi sosial yang dirasakan semakin

kurang memuaskan. Krisis ini mendorong Generasi Z untuk mengalihkan keyakinan dari antarmanusia ke mesin, sebuah fenomena yang dianggap oleh para ahli sebagai dehumanisasi relasi. Haslam (2022) menggambarkan dehumanisasi sebagai situasi di mana sifat-sifat kemanusiaan seseorang tidak dihargai dalam interaksi sosial, yang bisa muncul tidak hanya dalam konflik antarkelompok, tetapi juga dalam kehidupan sehari-hari. Sedangkan, dalam dunia digital, pengucilan dan jarak sosial membuat orang mulai melihat hubungan antarmanusia sebagai semakin tidak manusiawi sehingga mereka berusaha mencari koneksi alternatif (Haslam, 2022).

Kondisi ini menimbulkan pertanyaan penting yaitu bagaimana sebenarnya Generasi Z menciptakan makna ruang aman dari interaksi mereka dengan ChatGPT. Makna tidak muncul dengan sendirinya dalam sebuah diskusi, tetapi dibangun secara aktif oleh individu berdasarkan pengalaman, latar belakang sosial, dan konteks dari interaksi yang terjadi (Blumer, 1969). Ketika Generasi Z membagikan perasaan mereka kepada ChatGPT dan menerima respons yang terasa penuh empati, mereka tidak hanya menerima informasi, tetapi secara aktif menafsirkan respons tersebut sebagai suatu bentuk pengakuan, dukungan, atau pemahaman yang membuat ruang interaksi tersebut terasa aman secara emosional. Proses penafsiran inilah yang menghasilkan makna. Meng & Liu, (2025) mengungkapkan bahwa pengguna yang secara teratur berinteraksi dengan ChatGPT untuk membahas masalah pribadi cenderung mengembangkan makna relasional terhadap AI memandangnya bukan sebagai mesin, melainkan sebagai sebuah entitas yang benar-benar memahami mereka.

Makna ruang aman yang dihasilkan dari interaksi yang berulang ini tidak berhenti pada persepsi semata, tetapi juga menyentuh proses batin yang lebih dalam, yaitu bagaimana individu memproses dan memaknai pengalaman tersebut melalui Self mereka. Dalam kerangka Interaksi Simbolik, Self bukan sesuatu yang bawaan atau statis, melainkan sebuah proses yang selalu berkembang dan diperbarui melalui interaksi sosial (Mead, 1934). Dalam setiap sesi curhat dengan ChatGPT, Generasi Z tidak sekadar mencari jalan keluar dari permasalahan mereka, tetapi juga melakukan refleksi diri dan mengonfirmasi perasaan yang ada, sebuah proses yang pada akhirnya memperkuat persepsi mereka bahwa ruang interaksi

dengan ChatGPT adalah ruang yang aman secara emosional. Cooley (1902) dengan konsep *looking glass self* menjelaskan bahwa individu membentuk gambaran diri mereka sesuai dengan bagaimana mereka membayangkan pandangan dan reaksi pihak lain, termasuk teknologi seperti ChatGPT. Tanggapan ChatGPT yang konsisten, tidak menilai, dan terasa pribadi kemudian berperan sebagai "cermin digital" yang memantulkan rasa aman dan penerimaan kepada para penggunanya.

Teori utama yang digunakan adalah Teori Interaksi Simbolik (*Symbolic Interactionism*) yang diletakkan dasarnya oleh George Herbert Mead (1934) dalam buku *Mind, Self, and Society: From the Standpoint of a Social Behaviorist* (University of Chicago Press) dan dipertegas oleh Herbert Blumer (1969) dalam *Symbolic Interactionism: Perspective and Method* (Prentice-Hall). Teori ini menyatakan bahwa diri (*self*) dan makna tidak bersifat bawaan, melainkan terbentuk melalui proses interaksi sosial menggunakan simbol-simbol bermakna terutama bahasa (Blumer, 1986). Ketika Gen Z menginterpretasikan respons ChatGPT sebagai validasi emosional, mereka sedang menjalani proses interaksi simbolik yang secara bertahap membentuk makna ruang aman dalam diri mereka. ChatGPT berperan sebagai significant other digital yang melalui komponen Me, turut membentuk dan memperbarui Self Gen Z sebagai bagian dari proses pemaknaan ruang aman tersebut.

Untuk menjawab pertanyaan mengapa Gen Z memperlakukan ChatGPT layaknya makhluk sosial sejak awal, penelitian ini melengkapi kerangka teoretis dengan teori *Computers Are Social Actors* (CASA) yang dikembangkan oleh Reeves dan Nass (1996) dalam *The Media Equation* (Cambridge University Press). Teori CASA menjelaskan mengapa Gen Z secara otomatis dan tidak sadar memperlakukan ChatGPT layaknya makhluk sosial. Otak manusia tidak memiliki mekanisme untuk membedakan agen sosial manusia dengan teknologi yang menampilkan isyarat sosial yang cukup, sehingga respons sosial terhadap mesin bersifat otomatis (Reeves & Nass, 1996). Nass dan Moon (2000) memperkuat ini melalui artikel "*Machines and Mindlessness: Social Responses to Computers*" di jurnal *Journal of Social Issues*, 56(1), 81-103, yang membuktikan bahwa manusia menerapkan aturan sosial secara *mindless* terhadap komputer. Dengan demikian,

CASA menjawab pertanyaan mengapa Gen Z menjadikan ChatGPT teman curhat, sedangkan Teori Interaksi Simbolik menjawab pertanyaan bagaimana dari interaksi tersebut makna ruang aman terbentuk melalui proses Self mereka. Kedua teori bekerja secara berlapis dan saling melengkapi.

Beragam studi sebelumnya telah mengungkapkan keterkaitan antara individu dan *artificial intelligence* (AI) dari sudut pandang yang bervariasi. Penelitian berjudul “Pengalaman Interaksi Pengguna Remaja Curhat dengan ChatGPT” menunjukkan bahwa para remaja menemukan rasa aman dan nyaman saat menggunakan ChatGPT sebagai tempat berbagi cerita karena anonimitas dan ketersediaannya yang selalu ada. Namun, kajian tersebut hanya menjelaskan rasa nyaman secara emosional tanpa menyentuh bagaimana interaksi tersebut secara aktif dimaknai oleh pengguna sebagai ruang yang aman melalui proses Self mereka. Kajian berjudul "Eksplorasi Makna Hidup Anak Gen Z di Era Digital" menyoroti bagaimana teknologi digital memiliki peran signifikan dalam kehidupan Gen Z, tetapi pendekatan yang diambil masih terlalu umum dan tidak mengupas interaksi pribadi dengan AI seperti ChatGPT. Walaupun demikian, percakapan pribadi dengan AI berbeda dari penggunaan media digital yang lain, karena bersifat dialogis, reflektif, dan berlangsung tanpa adanya audiens publik.

Penelitian lain yang meneliti *affordance* AI terhadap pengguna di Indonesia menunjukkan bahwa ChatGPT dianggap sebagai asisten dalam berpikir, peningkatan rasa percaya diri, serta teman untuk berefleksi. Namun, penelitian ini belum mengaitkan hasil tersebut dengan proses pemaknaan ruang aman yang terbentuk atau menjelaskan bagaimana interaksi dengan AI dapat memengaruhi cara pengguna memaknai kenyamanan dan keamanan emosional mereka. Di samping itu, studi tentang AI sebagai agen sosial menggarisbawahi bahwa ChatGPT bisa meniru cara orang berkomunikasi, tetapi belum membahas mengapa pengguna tetap merasakan nilai dalam refleksi dan hubungan emosional, meskipun AI memiliki keterbatasan dalam memberikan respons empatik.

Dari keseluruhan penelitian yang ada, tampak bahwa penelitian sebelumnya telah mendeskripsikan aspek emosional dari penggunaan ChatGPT, namun belum ada yang mengintegrasikan dua teori secara bersamaan untuk menjelaskan

mekanisme dan dampaknya secara menyeluruh. Tidak ada studi yang secara langsung menerapkan Teori Interaksi Simbolik untuk menguraikan bagaimana makna ruang aman dan Self Generasi Z terbentuk melalui interaksi dengan ChatGPT. Pertama, kontribusi teoritis untuk memahami ChatGPT sebagai entitas sosial digital yang menjadi sarana bagi Generasi Z dalam membangun makna ruang aman dan proses *Self* mereka. Kedua, kontribusi metodologis penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan fenomenologi dapat digunakan untuk memahami pengalaman subjektif pengguna dalam memaknai interaksi dengan kecerdasan buatan (AI). Ketiga, kontribusi kontekstual memberikan pemahaman tentang dehumanisasi relasi dan *post-human interaction* di kalangan Generasi Z Indonesia yang belum banyak diteliti dengan cara sistematis.

Penelitian ini semakin menguat mengingat betapa besarnya pengaruh teknologi dalam membentuk pola pikir, perilaku, dan cara berkomunikasi di kalangan generasi Z. Era digital telah mengubah secara fundamental bagaimana rasa aman dan kenyamanan psikologis dibangun, dipertahankan, dan dimaknai melalui teknologi. Apabila tidak dipahami dengan saksama, proses pemaknaan ruang aman yang diperantarai oleh AI dapat menimbulkan distorsi atau ketergantungan emosional yang tidak sehat, atau sebaliknya bisa menjelma menjadi alat yang berguna untuk pengembangan diri apabila dipahami dan dimanfaatkan secara tepat (Bayor et al., 2025). Penelitian ini bertujuan untuk memahami cara Gen Z melihat ChatGPT tidak hanya sebagai alat, tetapi juga sebagai partner dalam berkomunikasi secara emosional yang menawarkan dukungan, validasi, dan ruang eksplorasi diri untuk menjelajahi perasaan mereka. Selain itu, bagaimana proses pemaknaan ruang aman ini berimplikasi pada konsep diri, harga diri, dan *self* mereka secara keseluruhan. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat menciptakan ruang baru dalam studi komunikasi digital dan memberikan pemahaman baru untuk pengembangan teknologi AI yang lebih manusiawi.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang permasalahan di atas, maka rumusan masalah yang dapat diambil yaitu bagaimana Gen Z membentuk makna ruang aman melalui interaksi

dengan ChatGPT, dan bagaimana proses tersebut berimplikasi terhadap pembentukan diri (*Self*) mereka?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana Gen Z membentuk makna ruang aman melalui interaksi dengan ChatGPT, serta bagaimana proses tersebut berimplikasi terhadap pembentukan diri (*Self*) mereka.

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi dosen program studi ilmu komunikasi serta para mahasiswa tentang bagaimana Gen Z membentuk makna ruang aman melalui interaksi dengan ChatGPT, beserta implikasinya terhadap pembentukan diri (*Self*) mereka.

2. Manfaat Praktis

1) Bagi masyarakat umum dan pengguna ChatGPT

Penelitian ini dapat dijadikan referensi dan sumber informasi pengetahuan berupa gambaran maupun pemahaman tentang pembentukan makna ruang aman Gen Z dalam era kecerdasan buatan.

2) Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan peneliti sebagai bekal dalam mengembangkan kompetensi akademik dan profesional di bidang komunikasi, serta sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

3) Bagi Universitas

Sebagai tambahan referensi bacaan dan kajian bagi para mahasiswa Ilmu Komunikasi khususnya, serta mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura pada umumnya.