HUBUNGAN KEBUTUHAN INFORMASI SEHARI-HARI DENGAN PENGGUNAAN OPENAI CHAT GPT: SURVEI PADA MAHASISWA INDONESIA

Nurul Farikasari

Universitas Padjadjaran
Email: nurul20010@mail.unpad.ac.id

Prijana

Universitas Padjadjaran
Email: prijanafikom@gmail.com

Asep Saeful Rohman

Universitas Padjadjaran
Email: asep.saeful@unpad.ac.id

Received: 25 Juli 2024

Revised: 20 Agustus 2024

Accepted: 03 September 2024

DOI: 10.24036/ib.v6i1.504

Abstract

This study examines the use of OpenAI Chat GPT in information retrieval by students at six leading universities in Indonesia. This study uses a quota sampling method with 600 students from Airlangga University, Brawijaya University, Diponegoro University, Gadjah Mada University, Padjadjaran University, and UIN Sunang Gunung Djati Bandung as the research sample. Pearson Product Moment correlation analysis shows that the majority of students use OpenAI Chat GPT for academic and non-academic needs with a high level of satisfaction. There is a significant relationship between students' daily information needs and the use of OpenAI Chat GPT. Valuable and useful information is correlated with more efficient and accurate information retrieval. This study supports the new media theory which states that digital technology changes the way individuals interact with information, enabling more personal and interactive experiences. This study provides theoretical contributions to the literature on the use of AI technology in information retrieval and practical recommendations for further research development.

Keywords: OpenAI Chat GPT, Daily Information Needs, Students, Information Search.

Abstrak

Penelitian ini mengkaji penggunaan OpenAI Chat GPT dalam pencarian informasi oleh mahasiswa di enam universitas terkemuka di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode sampling kuota dengan 600 mahasiswa dari Universitas Airlangga, Universitas Brawijaya, Universitas Diponegoro, Universitas Gadjah Mada, Universitas Padjadjaran, dan UIN Sunang Gunung Djati Bandung menjadi sampel penelitian. Analisis korelasi Pearson Product Moment menunjukkan mayoritas mahasiswa menggunakan OpenAI Chat GPT untuk kebutuhan akademik dan non-akademik dengan tingkat kepuasan tinggi. Terdapat hubungan signifikan antara kebutuhan informasi sehari-hari mahasiswa dengan penggunaan OpenAI

Chat GPT. Informasi yang bernilai dan bermanfaat berkorelasi dengan pencarian informasi yang lebih efisien dan akurat. Penelitian ini mendukung teori new media yang menyatakan teknologi digital mengubah cara individu berinteraksi dengan informasi, memungkinkan pengalaman lebih personal dan interaktif. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dalam literatur tentang penggunaan teknologi AI dalam pencarian informasi dan rekomendasi praktis untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

Kata kunci: OpenAI Chat GPT, Kebutuhan Informasi Sehari-hari, Mahasiswa, Pencarian Informasi.

PENDAHULUAN

Era digital ditandai dengan perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi, mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk kebiasaan pencarian informasi. Teknologi memungkinkan akses informasi yang lebih cepat dan efisien, mempermudah mahasiswa dalam mencari dan menggunakan informasi untuk keperluan akademis maupun non-akademis (Chen, 2023, p. 122). Mahasiswa kini cenderung lebih mengandalkan teknologi untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka, mendapatkan hasil yang berharga dan bermanfaat (Dempere et al., 2023, p. 3).

Teknologi seperti internet dan perangkat mobile meningkatkan kualitas informasi yang dapat diakses

dari mana saja dan kapan saja, mengatasi keterbatasan waktu dan tempat (Mhlanga 2023, 2). Data dari Kemenristekdikti (2024) menunjukkan lebih dari 9 juta mahasiswa aktif di Indonesia, lalu data dari APJII yang dikeluarkan pada Januari 2024 menunjukkan 88,5% menggunakan internet untuk keperluan akademik. Laporan We Are Social Dan Hootsuite 2023 mengungkapkan bahwa lebih dari 70% mahasiswa rutin mengakses sumber informasi digital seperti jurnal online, situs AI, situs akademik, dan platform e-learning seperti Google Scholar, ResearchGate, OpenAI Chat GPT, dan aplikasi manajemen referensi seperti Mendeley atau Zotero semakin populer.

Internet telah menjadi alat penting dalam kehidupan mahasiswa, digunakan untuk mencari informasi

relevan dengan kebutuhan akademis dan lainnya (Cox 2023, 369). Teknologi AI, termasuk OpenAI Chat GPT, mempermudah pencarian informasi secara cepat dan efisien (Adetayo, 2023, p. 20; Tiwari et al., 2023, p. 3). OpenAI Chat GPT memahami perintah dalam bahasa sehari-hari dan memberikan respons otomatis berbasis teks, membuatnya mudah diakses oleh mahasiswa (Mckie & Narayan, 2019, p. 269). Teknologi ini terus belajar dan berkembang, meningkatkan kemampuan untuk memberikan jawaban yang relevan (Xu et al., 2023, pp. 7-8)

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa di Universitas Airlangga (UNAIR), Universitas Brawijaya (UB), Universitas Diponegoro (UNDIP), Universitas Gadjah Mada (UGM), Universitas Padjadjaran (UNPAD), dan Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (UIN SGD Bandung), yang memiliki populasi mahasiswa heterogen dari seluruh Indonesia. Keberagaman ini memungkinkan peneliti

mendapatkan gambaran komprehensif tentang penggunaan teknologi informasi di kalangan mahasiswa (Darwin et al., 2021, p. 110).

Hasil penelitian menunjukkan mayoritas mahasiswa menggunakan OpenAI Chat GPT untuk berbagai keperluan, termasuk pencarian informasi akademik dan non-akademik, serta hiburan, dengan tingkat kepuasan tinggi. Ada hubungan signifikan antara kebutuhan informasi sehari-hari mahasiswa dan penggunaan OpenAI Chat GPT, sesuai dengan teori kebutuhan informasi dari Krikelas yang menyatakan bahwa individu mencari informasi untuk mengisi kekosongan pengetahuan dan mengurangi ketidakpastian dalam pengambilan keputusan (Naumer, 2017, p. 2425).

Teori new media dari David Lister mendukung penelitian ini, menunjukkan bahwa teknologi digital dan internet, termasuk OpenAI Chat GPT, telah mengubah cara individu berinteraksi dengan informasi. Teknologi ini memungkinkan interaksi

langsung antara pengguna dan sistem, memberikan pengalaman yang lebih personal dan interaktif (Utami, 2021, p. 9).

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat teoritis dan praktis, memperkaya pengetahuan tentang pencarian informasi menggunakan teknologi AI, dan memberikan rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut.

METODE

Metode penelitian bertujuan untuk memperoleh data yang sesuai dengan tujuan penelitian dengan mengacu pada prinsip-prinsip rasionalitas, empirisme, dan sistematisasi. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kuantitatif, dimana pendekatan metode penelitian ini berfokus pada penggunaan data numerik dan teknik statistik untuk mengumpulkan serta menganalisis informasi yang dapat diukur. Data dikumpulkan melalui survei

menggunakan angket atau kuesioner, dan kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik untuk mengidentifikasi pola, ataupun hubungan akan suatu kejadian. (Syahir, 2021, p. 1).

Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel *quota sampling*, yang mana total keseluruhan populasi tidaklah harus diketahui secara pasti karena *quota sampling* ini masuk kedalam kategori *non-probability sampling*. (Abdullah et al., 2022, p. 10). Dilansir dari laman Pangkalan Data Pendidikan Tinggi, jumlah mahasiswa aktif di Indonesia per-Februari 2024 ialah sebanyak 9.967.367 mahasiswa yang didominasi oleh mahasiswa perempuan sebanyak 5.448.766 (54,7%) mahasiswa dan mahasiswa laki-laki sebesar 4.518.601 (45,3%) mahasiswa. Serta pada jenjang pendidikan mahasiswa aktif di Indonesia per-Februari 2024 ialah didominasi oleh jenjang pendidikan Sarjana sebanyak 8.250.805 (82,95%) mahasiswa, Diploma sebanyak 914.927 (9,20%) mahasiswa, dan jenjang Pasca

Sarjana sebesar 780.907 (7,85%) mahasiswa. Maka, Proporsi sampel adalah 400 perempuan dan 200 laki-laki, dengan pembagian jenjang pendidikan 400 sarjana, 100 diploma, dan 100 pasca-sarjana, juga diambil 100 sampel (16,66% dari total sampel) dari tiap-tiap Universitas.

Untuk mengetahui ada atau tidaknya Hubungan yang signifikan antara kebutuhan informasi sehari-hari dengan penggunaan OpenAI Chat GPT, maka dirumuskan hipotesis dimana variabel X sebagai variabel bebas, yang mana Variabel X pada penelitian ini adalah kebutuhan informasi sehari-hari yang berisikan sub-variabel;

X1: Informasi yang berharga,

X2: Informasi yang bermanfaat, dan

X3: Kebutuhan informasi yang spesifik

Setelah menentukan Variabel X, kita beranjak kepada penentuan variabel Y sebagai variabel kontrol, yang mana Variabel Y pada penelitian ini adalah penggunaan OpenAI Chat GPT yang berisikan sub-variabel;

Y1: Tingkat akurasi informasi,

Y2: Proses pencarian informasi, dan

Y3: Penyederhanaan pencarian informasi.

Untuk mengetahui hubungan dua variabel, maka disusun beberapa hipotesis untuk ditelaah koefisien korelansinya menggunakan rumus *Pearson Product Moment* berikut:

$$r = \frac{n\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{(n(\sum X_i^2) - (\sum X_i)^2)(n(\sum Y_i^2) - (\sum Y_i)^2)}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

n = Keseluruhan sampel

$\sum X$ = Total variabel X

$\sum Y$ = Total variabel Y

$\sum X^2$ = Hasil kuadrat total variabel X

$\sum Y^2$ = Hasil kuadrat total variabel Y

Sumber: Prijana & Andri Yanto, 2020, p. 208

Serta berikut hipotesis yang akan diuji pada penelitian ini:

H0: Informasi yang berharga memiliki hubungan non-signifikan

dengan penyederhanaan pencarian informasi pada OpenAI Chat GPT.

H1: Informasi yang berharga memiliki hubungan signifikan dengan penyederhanaan pencarian informasi pada OpenAI Chat GPT.

H0: Informasi yang bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari memiliki hubungan non-signifikan dengan proses pencarian informasi pada OpenAI Chat GPT.

H1: Informasi yang bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari memiliki Hubungan signifikan proses pencarian informasi pada OpenAI Chat GPT.

H0: Kebutuhan spesifikasi informasi memiliki hubungan non-signifikan dengan tingkat akurasi yang tinggi pada pencarian informasi menggunakan OpenAI Chat GPT.

H1: Kebutuhan spesifikasi informasi memiliki hubungan signifikan dengan tingkat akurasi yang tinggi pada pencarian informasi menggunakan OpenAI Chat GPT.

H0: Informasi yang berharga memiliki hubungan non-signifikan dengan proses pencarian informasi pada OpenAI Chat GPT.

H1: Informasi yang berharga memiliki hubungan signifikan dengan proses pencarian informasi pada OpenAI Chat GPT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum melakukan analisis korelasi, penting untuk menentukan tingkatan hubungan koefisien korelasi dimana interpretasi tinggi-rendahnya korelasi mengacu pada tabel kriteria pedoman berdasarkan Guilford Empirical Rule sebagaimana tertera pada (Prijana & Andri Yanto, 2020, p. 209). Peneliti menggunakan pedoman ini untuk menilai kekuatan hubungan dan melakukan interpretasi hasil analisis dengan merujuk pada tabel yang sesuai untuk mengukur tingkat kekuatan hubungan. Serta nilai r hitung $>$ nilai r table karena jika tidak maka hipotesis penelitian akan ditolak (H0 diterima dan H1 ditolak). Pada

penelitian ini menggunakan signifikansi 1% dengan populasi (n) 600, maka nilai r tabelnya adalah 0.105.

Table 1 Strength of Relationship

< 0.20	Hubungan lemah (<i>slight</i>)
0.20 – 0.40	Hubungan rendah (<i>low</i>)
0.40 – 0.70	Hubungan moderat (<i>moderate</i>)
0.70 – 0.90	Hubungan tinggi (<i>high</i>)
0.90 – 1.00	Hubungan sangat tinggi (<i>very high</i>)

1. Analisis Korelasi Hubungan Informasi yang Berharga (X1) dengan Penyederhanaan Informasi yang Dilakukan Oleh OpenAI Chat GPT (Y3)

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan untuk mengetahui apakah ada hubungan yang signifikan atau non-signifikan, ditemukan hasil sebagai berikut:

Table 2 Analisis Korelasi Hubungan Informasi yang Berharga (X1) dengan Penyederhanaan Informasi yang Dilakukan Oleh OpenAI Chat GPT (Y3)

	X1	Y3
--	----	----

X 1	Pearson Correlation	1	.273**
	Sig. (2-Tailed)		< .001
	N	600	600
Y 3	Pearson Correlation	.273**	1
	Sig. (2-Tailed)	< .001	
	N	600	600
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)			

Sumber: Perhitungan analisis korelasi menggunakan SPSS versi 27

X1 dengan Y3 menunjukkan bahwasannya koefisien korelasi dari dua sub-variabel ini sebesar 0.273 dimana $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0.105) dengan nilai alpha 0.01 atau tingkat kepercayaan 99%, maka dapat disimpulkan bahwa informasi yang berharga memiliki hubungan yang signifikan dengan penyederhanaan informasi oleh OpenAI Chat GPT berdasar tabel Strength of Relationship Guildford Empirical Rule tergolong kedalam low relationship.

Hasil yang diperoleh ini didukung juga dengan data pendukung penelitian, yakni sebanyak 578 (96,33%) responden menyebutkan bahwa mereka merasa perlu untuk mencari informasi dalam kesehariannya. 10 (1,37%) responden menjawab tidak, dan 12 (2%) responden menjawab lainnya.

Tentunya penggunaan OpenAI Chat GPT oleh responden tersebut dilakukan bukan tanpa alasan karena pada kuesioner penelitian ini, peneliti memberikan pertanyaan agar responden memberikan nilai dari skala 0-100 sejauh mana OpenAI Chat GPT membantu dalam menyelesaikan tugas sehari-hari mereka dan ditemukan hasil 81 (13,5%) responden memberikan nilai 91-100, 301 (50,17%) responden memberikan nilai 81-90, 141 (23,5%) responden memberikan nilai 71-80, 39 (6,5%) responden memberikan nilai 61-70, dan juga ada 38 (6,33%) responden memberikan nilai 50-60.

Setelah dilakukannya analisis korelansi hubungan antara X1 dan Y3 ini

menegaskan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima.

2. Analisis Korelasi Hubungan Informasi yang Bermanfaat dalam Kehidupan Sehari-hari (X2) dengan Proses Pencarian Informasi Pada OpenAI Chat GPT (Y2)

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan untuk mengetahui apakah ada hubungan yang signifikan atau non-signifikan, ditemukan hasil sebagai berikut:

Tabel 3 Analisis Korelasi Hubungan Informasi yang Bermanfaat (X2) dengan Proses Pencarian Informasi yang Dilakukan Oleh OpenAI Chat GPT (Y2)

		X1	Y3
X 2	Pearson Correlation	1	.327**
	Sig. (2-Tailed)		< .001
	N	600	600
Y 2	Pearson Correlation	.327**	1
	Sig. (2-Tailed)	< .001	
	N	600	600

******. Correlation is significant at the
0.01 level (2-tailed)

Sumber: Perhitungan analisis korelasi menggunakan SPSS versi 27

X2 dengan Y2 menunjukkan koefisien korelasi dari dua sub-variabel ini sebesar 0.327, hasil r hitung $>$ r tabel yang sebesar 0.105 dengan nilai α 0.01 atau tingkat kepercayaan 99%, maka dapat disimpulkan bahwa informasi yang bermanfaat memiliki hubungan yang signifikan dengan proses pencarian informasi oleh OpenAI Chat GPT berdasar tabel Strength of Relationship Guildford Empirical Rule tergolong kedalam low relationship.

Menilik dari arti kata bermanfaat menurut KBBI Daring Kemendikbud yang memiliki makna berguna atau memiliki keuntungan, maka informasi yang bermanfaat haruslah informasi membawa kebermanfaat serta berguna dalam penyelesaian sesuatu hal yang dirasa missing untuk tiap-tiap individu. Sebanyak 189 (31,5%) responden menjawab keuntungan yang paling utama dirasakan setelah menggunakan

OpenAI Chat GPT adalah aksesibilitas platform yang sangat flexible karena bisa digunakan kapan saja, dimana saja, halaman platform tidak bersegmen-segmen, dan tentunya dapat diakses melalui berbagai macam perangkat (devices), 249 (41,5%) responden menjawab keuntungan yang paling utama dirasakan setelah menggunakan OpenAI Chat GPT adalah efisiensi pencarian informasi yang ditawarkan pada OpenAI Chat GPT, responden menjawab bahwa pencarian informasi menggunakan OpenAI Chat GPT tidak mengharuskan responden untuk memilah-milah informasi lagi dikarenakan OpenAI Chat GPT menyajikan informasi secara utuh dan langsung melalui percakapan yang dilakukan dengan mengutip berbagai sumber serta respon dan pencarian informasi yang diberikan berbeda-beda pada tiap-tiap usersnya karena hasil pencarian informasi melalui percakapan tersebut dipersonalisasi sesuai preferensi dan kebiasaan tiap penggunaanya yang terekam dalam

memori AI pada OpenAI Chat GPT seiring dengan interaksi yang dilakukan. Serta 162 (27%) responden menjawab keuntungan yang paling utama dirasakan setelah menggunakan OpenAI Chat GPT ialah membantu untuk melakukan paraphrase, hal ini tidak mengherankan karena mahasiswa cukup sering membuat tugas artikel atau makalah ilmiah dimana penting melakukan paraphrase untuk meminimalisir tingkat plagiasi pada literature review yang dikutip. Maka diketahui hasil bahwasannya H0 ditolak dan H1 diterima.

3. Analisis Korelasi Hubungan Spesifikasi Informasi (X3) dengan Tingkat Akurasi yang Tinggi Pada OpenAI Chat GPT (Y1)

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan, ditemukan hasil sebagai berikut:

Tabel 4 Analisis Korelasi Hubungan Spesifikasi Informasi (X3) dengan Tingkat Akurasi yang Tinggi Pada OpenAI Chat GPT (Y1)

	X3	Y1
--	----	----

X 3	Pearson Correlation	1	.419**
	Sig. (2-Tailed)		< .001
	N	600	600
Y 1	Pearson Correlation	.419**	1
	Sig. (2-Tailed)	< .001	
	N	600	600
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)			

Sumber: Perhitungan analisis korelasi menggunakan SPSS versi 27

Berdasar hasil analisis korelasi pearson product moment yang telah dilakukan untuk menganalisis hubungan X3 dengan Y1 menunjukkan bahwasannya koefisien korelasi dari dua sub-variabel ini sebesar 0.419 yang mana r hitung ini $>$ r tabel dengan nilai alpha 0.01 atau tingkat kepercayaan 99%, maka dapat disimpulkan bahwa spesifikasi informasi memiliki hubungan yang signifikan dengan tingkat akurasi informasi yang tinggi oleh OpenAI Chat GPT berdasar tabel Strength of Relationship Guildford

Empirical Rule tergolong kedalam moderate relationship.

Adanya hubungan yang signifikan antara spesifikasi informasi dengan tingkat akurasi informasi OpenAI Chat GPT ini juga disokong data sebanyak 129 (21,5%) responden menjawab alasan utama menggunakan OpenAI Chat GPT ialah karena kesadaran dari diri responden akan pentingnya literet di bidang informasi. Lalu sebanyak 414 (69%) responden menjawab alasan utama menggunakan OpenAI Chat GPT ialah karena penugasan akademis, dimana pencarian informasi menggunakan OpenAI Chat GPT membantu responden yang notabenenya sebagai mahasiswa untuk mendapatkan referensi artikel jurnal atau bahkan untuk melakukan paraphrase.

Peneliti juga memberikan pertanyaan agar responden memberikan nilai dari 0-100 atas seberapa akurasi informasi yang responden peroleh dari pencarian informasi menggunakan OpenAI Chat

GPT. Berikut ialah jawaban yang diberikan oleh responden, dimana terdapat 6 (1%) responden memberikan kisaran nilai 50-60 atas akurasi informasi yang responden peroleh dari pencarian informasi menggunakan OpenAI Chat GPT, 25 (4,5%) responden memberikan kisaran nilai 61-70 atas akurasi informasi yang responden peroleh dari pencarian informasi menggunakan OpenAI Chat GPT, 90 (15%) responden memberikan kisaran nilai 71-80 atas akurasi informasi yang responden peroleh dari pencarian informasi menggunakan OpenAI Chat GPT, juga ada 309 (51,5%) responden memberikan kisaran nilai 81-90 atas akurasi informasi yang responden peroleh dari pencarian informasi menggunakan OpenAI Chat GPT, serta terdapat 168 (28%) responden memberikan kisaran nilai 91-100 atas akurasi informasi yang responden peroleh dari pencarian informasi menggunakan OpenAI Chat GPT. Setelah dilakukan analisis korelansi hubungan X3 dengan Y1 ini,

dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.

4. Analisis Korelasi Hubungan Informasi yang Berharga (X1) dengan Proses Pencarian Informasi Pada OpenAI Chat GPT (Y2)

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan, ditemukan hasil sebagai berikut:

Tabel 5 Analisis Korelasi Hubungan Informasi yang Berharga (X1) dengan Proses Pencarian Informasi Pada OpenAI Chat GPT (Y2)

		X1	Y2
X 1	Pearson Correlation	1	.265**
	Sig. (2-Tailed)		< .001
	N	600	600
Y 2	Pearson Correlation	.265**	1
	Sig. (2-Tailed)	< .001	
	N	600	600
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)			

Sumber: Perhitungan analisis korelasi menggunakan SPSS versi 27

Berdasar hasil analisis korelasi pearson product moment yang telah

dilakukan untuk menganalisis hubungan X1 dengan Y2 menunjukkan bahwasannya koefisien korelasi dari dua sub-variabel ini sebesar 0.265 dimana hasil r hitung ini $>$ r tabel (0.105) dengan nilai alpha 0.01 atau tingkat kepercayaan 99%, maka dapat disimpulkan bahwa informasi yang berharga memiliki hubungan yang signifikan dengan proses pencarian informasi oleh OpenAI Chat GPT berdasar tabel Strength of Relationship Guildford Empirical Rule tergolong kedalam low relationship.

Hubungan yang signifikan disokong oleh hasil data kuesioner yang telah dilakukan oleh peneliti, dimana tanda dan ciri dari informasi yang berharga ialah informasi haruslah mudah diakses. Oleh karena hal tersebut didapatkan informasi bahwa 141 (23,5%) responden mengakses OpenAI Chat GPT melalui handphone, 48 (8%) menggunakan komputer, 404 (67,33%) menggunakan laptop, serta 7 (1,67%) menggunakan tablet juga sebanyak 467 (77,83%) responden mengakses

OpenAI Chat GPT di rumah/kos, di workspace sebanyak 18 (3%) responden, kampus 78 (13%), dan sebanyak 37 (6,1%) responden menjawab lainnya.

Sebelum dilakukannya pencarian informasi, banyak faktor yang mempengaruhi informasi apa yang ingin atau dibutuhkan untuk dicari oleh tiap-tiap individu, oleh karenanya peneliti memberikan pertanyaan terkait hal apa yang memengaruhi jenis informasi yang responden cari. Didapatkan hasil sebanyak 25 (4,1%) responden menjawab bahwa faktor ekonomi mempengaruhi jenis informasi yang dicarinya, 366 (61%) responden menjawab bahwa faktor jenjang pendidikan mempengaruhi jenis informasi yang dicarinya, 82 (13,66%) responden menjawab bahwa faktor lingkungan mempengaruhi jenis informasi yang dicarinya, juga ada 76 (12,67%) responden menjawab bahwa faktor kondisi emosional mempengaruhi jenis informasi yang

dicarinya, serta terdapat 51 (8,5%) responden menjawab lainnya.

Terakhir peneliti memberikan pertanyaan terkait perbedaan apa yang responden temukan dalam hasil pencarian informasi antara menggunakan OpenAI Chat GPT dengan Google dan didapatkan jawaban bahwasannya terdapat 428 (71,33%) responden menjawab hasil pencarian informasi menggunakan OpenAI Chat GPT lebih efisien daripada Google baik dari segi tenaga dan waktu yang dibutuhkan hingga mendapatkan informasi yang dicarinya. Hal ini karena pada saat kita mencari informasi di Google, Google tidak langsung memberikan informasi yang dicari, namun Google memberikan berbagai rekomendasi sumber informasi yang kiranya terkandung informasi yang dibutuhkan pada saat itu. Serta terdapat 172 (28,67%) menjawab bahwa informasi yang diberikan OpenAI Chat GPT lebih personal dan tidak disamakan jawabannya untuk setiap penggunaannya, dimana yang dimaksud adalah terkait

kondisi yang dirasakan seperti mencari gejala-gejala yang dirasakan oleh tubuh dimana Google akan memberikan informasi yang direkomendasikan sesuai dengan artikel yang muncul paling atas. Setelah dilakukan analisis korelasi hubungan X1 dengan Y2 ini, dinyatakan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima.

PENUTUP

Simpulan

Hasil analisis dari penelitian ini menunjukkan bahwa informasi yang berharga memiliki hubungan signifikan dengan penyederhanaan informasi oleh OpenAI Chat GPT. Berdasarkan tabel Strength of Relationship Guildford Empirical Rule, koefisien korelasinya termasuk dalam kategori hubungan rendah (low relationship). Hal ini menunjukkan bahwa semakin bernilai informasi yang dicari, semakin efisien dan mudah proses pencarian yang dilakukan oleh pengguna. Selain itu, informasi yang bermanfaat juga memiliki hubungan signifikan dengan proses pencarian informasi oleh OpenAI

Chat GPT, dengan koefisien korelasi yang juga tergolong rendah. Analisis ini membuktikan bahwa pengguna cenderung lebih memanfaatkan Chat GPT untuk mencari informasi yang relevan dan aplikatif dalam kehidupan sehari-hari mereka. Selanjutnya, spesifikasi informasi memiliki hubungan signifikan dengan tingkat akurasi informasi yang tinggi yang diberikan oleh OpenAI Chat GPT. Dalam hal ini, koefisien korelasinya tergolong dalam kategori hubungan sedang (moderate relationship). Ini mengindikasikan bahwa pengguna yang memiliki kebutuhan informasi yang spesifik mendapatkan hasil pencarian yang lebih akurat dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Terakhir, informasi yang bernilai tinggi memiliki hubungan signifikan dengan proses pencarian informasi, dengan koefisien korelasi yang termasuk dalam kategori hubungan rendah. Analisis korelasi ini menunjukkan bahwa pengguna yang mencari informasi dengan nilai tinggi cenderung mendapatkan hasil

pencarian yang lebih efisien dan relevan.

Secara keseluruhan, hasil ini menggambarkan bahwa OpenAI Chat GPT cenderung memberikan hasil yang efisien dan relevan, terutama ketika pengguna mencari informasi yang bernilai atau spesifik. Hubungan ini mencerminkan bagaimana sistem ini membantu mempermudah dan mempercepat proses pencarian kebutuhan informasi bagi penggunanya.

Saran

1. Pengembangan OpenAI Chat GPT

OpenAI sebaiknya terus mengembangkan kemampuan Chat GPT dalam menyederhanakan proses pencarian informasi, khususnya dalam menyediakan informasi yang bernilai tinggi bagi pengguna.

2. Edukasi pengguna (users)

Penting untuk melakukan edukasi kepada users mengenai cara memaksimalkan penggunaan OpenAI Chat GPT untuk mendapatkan informasi yang akurat dan relevan.

3. Kolaborasi dengan institusi pendidikan

Peneliti berharap universitas atau institusi pendidikan lainnya dapat memanfaatkan OpenAI Chat GPT sebagai alat bantu dalam proses belajar mengajar dengan melakukan kolaborasi dengan OpenAI untuk menyediakan akses lebih luas dan fitur khusus bagi siswa, mahasiswa, guru, maupun dosen untuk dapat meningkatkan kualitas pendidikan dan penelitian.

4. Peneliti selanjutnya

Peneliti berharap akan ada peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai faktor-faktor lain yang mempengaruhi efektivitas pencarian informasi menggunakan OpenAI Chat GPT

Dengan mengikuti saran-saran ini, peneliti berharap OpenAI Chat GPT dapat memberikan manfaat yang lebih besar bagi pengguna dalam memenuhi kebutuhan informasi sehari-hari dan mendukung proses belajar mengajar di

berbagai institusi Pendidikan di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, D. K., Hi, S., Jannah, M., Pd, M.,

Aiman, U., Pd, S., Hasda, S., Pd, M., Fadilla, Z., Taqwin, N., Kep, S., Kes, M., & Saputra, N. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/28559/1/Buku%20Metodologi%20Penelitian%20Kuantitatif.pdf>

Adetayo, A. J. (2023). Artificial intelligence chatbots in academic libraries: The rise of ChatGPT. *Library Hi Tech News*, 40(3), 18–21. <https://doi.org/10.1108/LHTN-01-2023-0007>

(APJII). (2024, February). <https://survei.apjii.or.id/>

Chen, X. (2023). ChatGPT and Its Possible Impact on Library Reference Services. *Internet*

Reference Services Quarterly, 27(2), 121–129. <https://doi.org/10.1080/10875301.2023.2181262>

Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M., Prastiyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (T. S. Tambunan, Ed.; 1st ed.). CV. MEDIA SAINS INDONESIA. https://www.researchgate.net/publication/354059356_Metode_penelitian_pendekatan_kuantitatif

Dempere, J., Modugu, K., Hesham, A., & Ramasamy, L. K. (2023). The impact of ChatGPT on higher education. *Frontiers in Education*, 8, 1206936. <https://doi.org/10.3389/educ.2023.1206936>

- KBBI Daring Kemendikbud. (n.d.).
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/bermanfaat>
- Mckie, I. A. S., & Narayan, B. (2019). Enhancing the Academic Library Experience with Chatbots: An Exploration of Research and Implications for Practice. *Journal of the Australian Library and Information Association*, 68(3), 268–277.
<https://doi.org/10.1080/24750158.2019.1611694>
- Naumer, C. (2017). *Encyclopedia of Library and Information Science, Fourth Edition* (J. D. McDonald & M. Levine-Clark, Eds.; ed.). CRC Press.
<https://doi.org/10.1081/E-ELIS4>
- Pangkalan Data Pendidikan Tinggi. (n.d.).
<https://pddikti.kemdikbud.go.id/statistik>
- Prijana & Andri Yanto. (2020). *Metode Penelitian Perpustakaan dan Sains Informasi* (1st ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- Syahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (1st ed.). PENERBIT KBM INDONESIA.
<https://repositori.uma.ac.id/jsui/bitstream/123456789/16455/1/E-Book%20Metodologi%20Penelitian%20Syafri.pdf>
- Tiwari, C. K., Bhat, Mohd. A., Khan, S. T., Subramaniam, R., & Khan, M. A. I. (2023). What drives students toward ChatGPT? An investigation of the factors influencing adoption and usage of ChatGPT. *Interactive Technology and Smart Education*.
<https://doi.org/10.1108/ITSE-04-2023-0061>
- Utami, A. H. (2021). *Media Baru Dan Anak Muda: Perubahan Bentuk Media Dalam Interaksi*

Keluarga. 11(1), 8–18.
<https://doi.org/10.20473/jpua.v11i1.2021.8-18>

We Are Social dan Hootsuite. (2023).
<https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023-2/>

Xu, R., Feng, Y. (Katherine), & Chen, H. (2023). ChatGPT vs. Google: A Comparative Study of Search Performance and User Experience. SSRN Electronic Journal.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.4498671>.